







# MEDIEHISTORISKA VÄNDNINGAR

RED. MARIE CRONQVIST, JOHAN JARLBRINK  
& PATRIK LUNDELL

MEDIEHISTORISKT ARKIV NR 25



**MEDIEHISTORISKT ARKIV** publicerar antologier, monografier – inklusive avhandlingar – och källsamlingar på både svenska och engelska. För att säkerställa seriens vetenskapliga kvalitet underkastas insända manus som regel dubbelblind granskning av oberoende sakkunniga.

Redaktionskommittén består av Marie Cronqvist (Lunds universitet), Johan Jarlbrink (Umeå universitet), Solveig Jülich (Uppsala universitet), Mats Jönsson (Lunds universitet) och Pelle Snickars (Umeå universitet).

Redaktör: Patrik Lundell

Mediehistoriskt arkiv kan beställas via Lunds universitet:  
[www.ht.lu.se/serie/mediehistorisktarkiv/](http://www.ht.lu.se/serie/mediehistorisktarkiv/)  
E-post: [skriftserier@ht.lu.se](mailto:skriftserier@ht.lu.se)

Utgivare: Mediehistoria, Lunds universitet

**MEDIEHISTORISKT ARKIV NR 25**

Utgivningen har möjliggjorts genom generösa bidrag från Stiftelsen Olle Engkvist Byggmästare.

© författarna

Grafisk form och omslag: Johan Laserna

Tryck: Studio RBB, Riga 2014

ISSN 1654-6601

ISBN 978-91-88468-32-1

Boken är utgiven med Creative Commons-licensen

Erkännande, Icke-kommersiell, Inga bearbetningar 3.0

# Innehåll

Inledning	5
MARIE CRONQVIST, JOHAN JARLBRINK & PATRIK LUNDELL	
Om uppblåsthet. Bland ballonguppstigningar och andra medier i Stockholm 1889–1890	19
ERIK EDOFF	
Objektiv journalistik i bandspelarens tidevarv	43
JOHAN JARLBRINK	
Är mediet retoriken? Medieringen av skogsfrågan under år 1894	67
SOFI QVARNSTRÖM	
Från servicemedium till nyhetsmedium. <i>Helsingborgs Dagblad</i> som webb pionjär	93
JAN HINDERSON	
Mediesymbolik och minnesdynamik. Bikiniatollen mellan mediehändelse och världsarv	113
MARIE CRONQVIST	

Turistguide, livsnjutare och kosmopolitisk förebild. Journalistrollen i resebloggarna EMILIA LJUNGBERG	135
Det visuella historieskrivandets villkor. Personhistoriskt bildbruk i svenska nätbaserade uppslagsverk SIMON BÜLOW	153
Historiska vägar i offentlighetsteorin PATRIK LUNDELL	175
Konsumentupplysning som reklamens motvikt. De svenska statsmakternas strategier från 1940-tal till 1970-tal SOPHIE ELSÄSSER	191
En länk i enhetlighetens kedja. Blanketter i kontorets pappersmaskineri CHARLIE JÄRPVALL	217
<i>Litteratur</i>	239
<i>Medverkande</i>	252
<i>Personregister</i>	254

# Inledning

MARIE CRONQVIST, JOHAN JARLBRINK  
& PATRIK LUNDELL

Sedan sekelskiftet 2000 har det talats om en medial vändning inom framför allt humanvetenskaperna. För till exempel litteraturvetenskapens del har det handlat om en fokusförflyttning från estetiken till historiska medieanalyser av sådant som läs- och skrivpraktiker, och motsvarande intresseförskjutningar kan avläsas inom andra discipliner. I en svensk kontext har det rentav hävdats att medie- och kommunikationsvetenskapen håller på att förgås i en ”revirstrid som är så brutal att den knappt märks”.<sup>1</sup> För inom vilka discipliner sysslar man numera inte med mediefrågor? Och vilket är då medievetenskapens specifika bidrag? Å andra sidan kanske medie- och kommunikationsvetenskapen själv genomgår ett slags medial vändning och rör sig bort från vad som dominerat ämnet: innehållsanalyser av journalistik utifrån ett ganska snävt demokrati- och politikperspektiv, vilka egentligen inte varit särskilt upptagna med specifika medieringsfrågor. En sådan rörelse, även internationellt, kan möjligen skönjas i de senaste årens diskussioner kring begreppet medialisering.<sup>2</sup>

Den kulturhistoriska medieforskningen har under de två senaste decennierna vuxit fram i kölvattnet av den kulturella vändningen inom de historiska vetenskaperna. Fältet kännetecknas av en nyorientering såväl empiriskt som teoretiskt, så till exempel utgångspunkten i ett bredare mediebegrepp och en fokus på mediernas inbördes relationer och på materiellt handfast mediering (snarare än friare svävande representationer). Mediehistoria kan inte längre vara en samling monomediala historier som beskriver olika mediers utveckling på ett linjärt sätt, utan ett fält som i hög grad betonar inter- och multimedialitet. Rela-



tionen mellan gamla och nya medier behöver problematiseras och vår egen tids digitaliseringsprocess historiseras.<sup>3</sup>

Ambitionen med den här boken är nu inte att utreda den mediala eller ens den mediehistoriska vändningens rötter, omfattning eller implikationer.<sup>4</sup> Syftet är att, förutom bidra med olika bitar till mediernas historia, ge en provkarta på och en karaktäristik av den mediehistoria som bedrivs i anslutning till ämnet vid Lunds universitet. Den mediehistoriska forskningen i Sverige såväl som internationellt är visserligen i hög grad uppbyggd kring informella, tvärdisciplinära nätverk. Det ligger i fältets natur. Men också vissa institutionella anstalter hör till bilden. Två bokserier, Mediehistoriskt bibliotek (2003–) och Mediehistoriskt arkiv (2006–), liksom tre kulturhistoriska medieforskningskonferenser kan framhållas.<sup>5</sup>

Bland dessa initiativ finns också etablerandet av ämnet mediehistoria som en självständig disciplin vid Lunds universitet. Med en början hösten 2009 finns det här från grund- till forskarutbildning, snart inklusive ett masterprogram i samarbete med ämnet filmvetenskap.<sup>6</sup> Institutionellt stammar det från pressvetenskapen, ett ämne som etablerades på 1970-talet under litteraturvetenskapen och som lämnade moderämnet 2006. Ämnet mediehistoria kamperar nu tillsammans med journalistik, medie- och kommunikationsvetenskap och retorik. Formellt rör det sig om ett namnbyte, reellt om en omorientering utifrån en bredare förståelse av mediebegreppet och en fast teoretisk och metodologisk förankring i de historiska disciplinerna. Det sista förtjänar att understrykas, inte minst visavi medievetenskapen: mediehistoria är inte en kartläggande hjälpdisciplin, utan ett självständigt, humanistiskt ämne där *det historiska perspektivet* är helt och hållet avgörande, oavsett nedslagspunkt på tidslinjen.

Ämnets rötter är samtidigt en förklaring till varför här alltså finns ett stort intresse, i både utbildningen och forskningen, *även* för journalistiken och de så kallade traditionella eller klassiska massmedierna. Det ska dock inte förstås som ett vårdande av traditionen. Inom nyare mediehistorisk forskning finns en förkärlek för mindre studerade eller rent förbisedda medieformer som fonografer, museer, utställningar och zograskop. Detta är på alla vis välkommet. Om man med ett medium till exempel avser en teknologi för produktion och spridning av bud-

skap finns det ingen som helst anledning att utesluta en rad historiska artefakter, apparater och aktiviteter som negligerats i tidigare forskning, vilken därför på olika vis i stället överdrivit eller på andra sätt missbedömt betydelsen av andra medieformer. Men intresset för det förbisedda innebär samtidigt en risk för att den etablerade historiskskrivningen om de traditionella massmedierna får stå oemotsagd eller rentav accepteras alltför okritiskt. Perspektiv och insikter inom nyare mediehistoria bör i stället berika och fördjupa förståelsen av till exempel journalistikens dåtid och nutid, men också dess i dag ofta debatterade framtid. Statyerna och stereoskopet är viktiga i mediehistorien, men det är också tidningarna och televisionen. Medieringens materialiteter behöver utforskas, men detsamma gäller olika medieinstitutioner.

Författarna i *Mediehistoriska vändningar* har alla anknytning till ämnet mediehistoria i Lund, och boken har vuxit fram som ett internt, ämnesformerande projekt. Denna inledning lyfter i det följande kort fram vad vi genom våra diskussioner funnit vara några centrala teman i den mediehistoriska forskningen, nämligen relationer mellan medier, publik och deltagande, materialitet och medier, medial förändring samt medier och minne. Det rör sig alltså inte om ett på förhand givet tematiskt upplägg som författarna haft att anpassa sig till, utan dessa teman löper kors och tvärs genom de enskilda bidragen. I bokens titel är pluralformen central; vi lanserar inte en enda mediehistorisk vändning med ett specifikt innehåll, utan öppnar i stället för många tänkbara.

### **Relationer mellan medier**

Inget medium är en ö. Detta konstaterande förenar bokens samtliga bidrag. Om den äldre mediehistoriska forskningen nästan uteslutande var monomedial, det vill säga hade fokus på ett medium i taget, är en central utgångspunkt i den nyare att mediehistorien måste förstås i termer av intermediala utbyten av olika slag. Det kan handla om hur medieinnehåll transporteras mellan olika medier och om hur det då förändras, men också om hur medier överhuvudtaget får sin betydelse i relation till och formas av andra medier och sammanhang. Det rör sig här om relationer både i rummet och över tid.

När kapten Rolla störtat under en ballongfärd över Stockholm 1890 störtade boulevardtidningsredaktören Georg Lundström i sin tur mot telefonen för att både sprida och skaffa sig information. I sitt bidrag till den här boken analyserar Erik Edoff hur en enskild aktör mycket aktivt och medvetet gjorde bruk av och aktiverade en rad medier – som luftballongen, varietéscenen, tidningsspalten, telefonen. Men hur mycket denne än styrde och regisserade vissa delar av meningsproduktionen synliggörs här även en okontrollerbar komplexitet.

För att fånga dessa större mediala sammanhang har forskningen talat om dem i termer av kulturer, landskap och system.<sup>7</sup> Vid en given tidpunkt och utifrån någon bestämd nod – som i Edoffs text om ballonguppstigningarna runt 1890, i Sofi Qvarnströms om skogsfrågan 1894 eller i Marie Cronqvists om provsprängningar på Bikiniatollen 1946 och framåt – kan man spåra sådana mediala sammanhang för att komma åt de komplexa sätt på vilka mening skapas, förflyttas och förskjuts. En central tanke är samtidigt att dessa mediekulturer eller mediesystem aldrig är statiska utan alltid befinner sig i förändring. Mediesystemtanken i sig är förvisso inte ny, vilket diskuteras i Patrik Lundells kapitel om det historiska bidraget till diskussionen om mediala offentligheter, men med ett bredare mediebegrepp och en större känslighet för dessa processers materialitet kan perspektivet nyansera också föreställningen om en ständigt ökande medial komplexitet. I stället för att till exempel hävda att vår egen så kallade digitala tidsålder på ett allmänt plan utmärker sig genom en accelererande medialisering, behöver sådana karakteristiker preciseras om de alls ska vara meningsfulla.

Av intresse är förstås inte endast dessa större sammanhang. Blicken kan också riktas mer specifikt mot de relationer som sammantagna utgör mediekulturer eller mediesystem. Hit hör även att uppmärksamma tillsynes oväntade mediala samband på det lokala planet. I Jan Hinderons analys av *Helsingborgs Dagblads* webbhistoria visar det sig exempelvis att tidningens taltidning för synskadade och samarbetet med en privat radiostation hade avgörande betydelse för möjligheterna att också publicera tidningsmaterial på internet.

## Publiker och deltagande

Föreställningen om den passive mottagaren är död, och till de intermediära relationerna kan även föras hur avnämarnas, brukarnas, läsarnas, publikernas, åskådarnas olika erfarenheter präglat medieumgänget. Flera texter i den här boken undersöker den typen av relationer. I till exempel Cronqvists bidrag handlar det bland annat om publikens centrala roll i atombombsprovsprängningen som mediehändelse, i Edoffs om hur både den föreställda och faktiska publiken till iscensatta mediaspektakel var viktiga inslag i konstruktionen av Stockholm som storstad och av enskilda personers berömmelse, och i Qvarnströms om hur retoriken i skogsfrågan anpassades efter överväganden kring den publik den riktade sig till. Men också nyheter i det digitala landskapet kan bidra till att synliggöra publikpositioner i det förflutna. I Simon Bülow's analys av nätencyklopediskt bildbruk framträder *Nationalencyklopedins* relation till användarna tydligare i kontrast till *Wikipedias*.

Äldre mediehistorisk forskning intresserade sig för publiken främst som "mottagare" och för "effekterna" av medieinnehållet. Det handlade oftast om att räkna läsarna, lyssnarna och tittarna, och om frågor kring deras sociala tillhörighet. Även om ingen på länge trott att mediepubliker någonsin varit fullständigt passiva, förstods i äldre forskning deras aktivitet i första hand som ett tillägnande av medieinnehåll, vilket möjligen resulterade i handlingar utförda någon annanstans, vilka i sin tur kunde ha en indirekt effekt på framtida medieinnehåll. Men vilken är då den "publik" som framtonar i medierna och vilka mekanismer och processer aktiveras i skapandet av densamma? Synen på publiken och dess behov är något Sophie Elsässer lyfter fram i sitt kapitel. Under en period från 1940-talet till 1970-talet fanns hos statsmakterna föreställningen att konsumentupplysning fyllde en viktig funktion som motvikt till reklam. Elsässer diskuterar vilka uttryck det tog sig ur ett mediepolitiskt perspektiv genom att visa exempel från den under många år inflytelserika, statliga konsumenttidningen *Råd & Rön* och dess förhållande till reklam, men också hur statsmakterna argumenterade i utredningar kring frågor om reklam i teve och utbildning av konsumentupplysare. En god tillgång till information skulle göra konsumenterna kompetenta.

Med en viktig impulsgivare i den så kallade nya filmhistorien är alltså de senaste decenniernas mediehistoriska forskning oftare inriktad mot de performativa aspekterna av publiken och de kulturella praktiker som omger mediet. Härigenom har bland annat "myten om interaktiviteten" som något särpräglat för vår egen tids nya medier satts ifråga, och det har rentav hävdats att "alla medier är sociala medier" i den mening att vår användning av dem återverkar på de gemenskaper och sammanhang vi ingår i.<sup>8</sup> Varje skarp gräns mellan producenter och konsumenter har visat sig vara dömd att upplösas när den prövas på olika historiskt specifika medieförhållanden.<sup>9</sup>

I den historiskt orienterade forskning som velat nyansera föreställningen om det alltigenom revolutionära i vår egen mediala situation har det varit vanligt att försöka visa hur olika passiva medieåskådare transformerats till aktiva publik. Hur gjordes till exempel utställningsbesökaren till en aktiv medskapare? Men också den omvända frågan kan uppmärksammas. I Lundells bidrag diskuteras exempelvis hur de tidningsalster som ett upplysningsmässigt deltagarideal frambringade under 1700-talet av senare tiders historiker och tidningsfolk i stället beskrevs som amatörmässiga, ja rentav som dåliga. Dessa föreställningar bidrog i sin tur till att etablera en syn – eller rättare: en blindhet – där tidningsmediet i sig kom att uppfattas som något för de professionella. I dag uppfattas läsarnas medverkan i webbtidningar ofta som en självklarhet. Men som Emilia Ljungberg visar i sin analys av resetidskriften *Res* uppkommer då nya sätt att skilja på professionella skribenter och amatörer. Webbens inträde tycks dessutom ha etablerat en ny hierarki: bloggaren erkänns som professionell skribent genom att publiceras i papperstidningen.

### Medier och materialitet

"Blanketten är kontorets viktigaste hjälpmedel", skrev Bertil Nyströmer i boken *Kontorsorganisation* år 1949. För att fungera som ett rationellt kommunikationsverktyg krävdes emellertid inte bara en genomtänkt utformning av själva blanketten. För att effektivisera kommunikationen behövdes blanketter som var anpassade till skrivmaskinerna – och skrivmaskinister med "maskinsinne". Det pappers-

maskineri som Charlie Järpvall undersöker i sitt kapitel tydliggör kommunikationens materiella villkor. Att mediers materialitet har stor betydelse för vad som kan lagras (över tid) och överföras (i rummet), och hur medier används, är ett centralt tema i nyare mediehistorisk forskning.

Exakt hur mediernas materialitet ska förstås råder det emellertid ingen enighet om. För Friedrich Kittler är det i första hand tekniken som är styrande: ”medierna bestämmer vår situation”, och människor reduceras till ”så kallade människor”.<sup>10</sup> Andra forskare betonar tvärtom att tekniker skapas och formas av människor i specifika sociala sammanhang.<sup>11</sup> Hos Lisa Gitelman finns dock en öppenhet åt båda hållen. Medier ses som människans skapelser, men mediernas materialitet kan samtidigt verka bestämmande för vilken kommunikation som är möjlig.<sup>12</sup> Det är inte minst denna dialektik som intresserat många mediehistoriker, däribland flera författare i denna antologi.

För ”blankettmännen” som länkade ihop teknik och människa på förra seklets kontor fanns det ingen tvekan om att det var med papper och maskiner som rationell kommunikation skulle uppnås. Med standardiserade blanketter var det redan på förhand bestämt vad som kunde skrivas i fälten, allt för att förenkla och öka tempot. Samma tekniker som skulle göra kommunikationen rationell kom emellertid att ge upphov till nya problem. I dag är det inte sällan den stora mängden papper som upplevs vara problemet. Precis som tidigare är det nu en ny teknik som ska lösa det – läsplattor och andra datorhjälpmedel.

I Johan Jarlbrinks bidrag är det tidningsjournalistikens förändringar under 1900-talet som står i fokus, men i stället för tidningstexterna i sig analyseras de redskap som har använts i det journalistiska arbetet. För att dokumentera verkligheten har journalister bland annat använt sina egna kroppar, anteckningsblock och bandspelare. Olika tekniker dokumenterar verkligheten på olika sätt, och nya tekniker har ofta inneburit att de gamla har fått omvärderas. Eftersom bandspelare antogs höra bättre än människors öron förlorade journalisten auktoritet som trovärdigt vittne i sin egen text. Medieteknikerna är människans skapelser, men väl på plats kan de förändra vad det är att vara människa, och journalist.<sup>13</sup>

Också Hinderson belyser i sitt kapitel relationen mellan teknik och

journalistik. Internet som det här handlar om är ett tydligt exempel på att medier inte kan reduceras till sina tekniska beståndsdelar. Det är inte minst föreställningarna om vad tekniken kan åstadkomma som påverkar hur mediet tas i bruk.<sup>14</sup> Att föreställningarna ofta saknar grund framkommer inte sällan långt senare. Och när den nya teknikens möjligheter väl uppdagas – som att nyhetstexter kan publiceras snabbare på webben än i papperstidningen – då motarbetas den ofta av aktörer som investerat i en äldre teknik.

Medieforskningen tenderar ofta att på ett paradoxalt sätt vara medieblind. Kanske beror det på vanan att reducera olika medieinnehåll till ”text”. Med ett allt överskuggande textbegrepp blir det svårt att se vad materialiteten gör för skillnad. Ambitionen i flera av bokens bidrag är att försöka se medier som mer än bara text. Skillnaden mellan den dagsfärska tidningen och boken med längre hållbarhet är till exempel en viktig utgångspunkt i Qvarnströms analys, medan skillnaden mellan boken och webben på samma sätt är central i Bülows undersökning av historieskrivningen i *Nationalencyklopedin* och på *Wikipedia*. Om och i så fall hur materialiteten påverkar kommunikationen måste alltid vara en öppen fråga att undersöka empiriskt. Men om frågan aldrig ställs får vi heller aldrig några svar.

### Medial förändring

När *Helsingborgs Dagblads* chefredaktör intervjuades i radio år 1995 hade tidningen som den första i landet lagt ut hela textinnehållet på internet. Men att det nya mediet skulle hota det gamla trodde chefredaktören inte. ”Jag tror inte att någon vill läsa tidningen på dator när de kan läsa den på papper.” Hindersons analys av hur en landsortstidning tog internet i bruk visar både hur det gamla mediet formade användningen av det nya, och hur det nya kom att förändra det gamla. Som Hinderson påpekar var det inte förutbestämt i vilken riktning webbtidningen skulle utvecklas. Lokala förhållanden var avgörande för de satsningar som gjordes.

I Ljungbergs bidrag beskrivs en liknande situation, men för den rese-tidskrift hon undersöker fick internets etablering mer direkta konsekvenser. Minutfärska valutakurser, flygtider och hotellpriser på internet

gjorde att delar av tidskriftsinnehållet blev bokstavligt talat föråldrat. Tidskriften var hädanefter tvungen att erbjuda något annat: livsstils-  
guidning för den ängsliga medelklassen. I resebloggarna sker paradox-  
alt nog också en återgång till ett äldre journalistideal där skribenterna  
framträder som guider och kosmopolitiska förebilder. Medierna för-  
ändras alltså i takt med tiden, men så gör förstås även synen på vad ett  
medieinnehåll kan och bör vara – och vilken typ av kommunikation  
som faktiskt äger rum. Detta blir inte minst synligt i Elsässers kapitel  
om hur statsmakternas syn på relationen mellan upplysning och reklam  
har förskjutits över tid och genererat en lång rad statliga utredningar  
som pekat i olika riktningar.

Alla medier har en gång varit nya, och den inledande perioden, när  
mediet fortfarande är nytt, är ofta tacksam att studera, vilket visas i  
flera av bokens bidrag. Det nya mediet tycks erbjuda oändliga möjlig-  
heter, men vad det verkligen kommer att användas till är ofta svårt att  
förutsäga. Chefredaktören för *Helsingborgs Dagblad* är härvidlag i gott  
sällskap. När medier institutionaliseras och blir en del av vardagen kan  
det som inledningsvis utlovade oändliga möjligheter ha begränsats av  
lagstiftning, ekonomiska satsningar och vardagslivets rutin.<sup>15</sup> Det eta-  
blerade mediets egenskaper framträder ibland först när det fått konkurrens  
av ett nytt medium. Webbtidningen synliggjorde papperstid-  
ningens materialitet, med *Wikipedia* framträder *Nationalencyklopedins*  
kunskapsregim desto tydligare, och på motsvarande sätt kastar det  
datoriserade kontoret nytt ljus över förra seklets blankettkommuni-  
kation. Men det nya mediets egenskaper kan samtidigt osynliggöras  
genom att modelleras efter det gamla mediets form.<sup>16</sup> Webbtidningar-  
nas utformning har exempelvis flera likheter med papperstidningens  
layout. I Jarlbrinks bidrag syns samma logik i marknadsföringen av  
bandspelare på 1960- och 1970-talen. När apparaterna introducerades  
för journalister som var vana att arbeta med anteckningsblock knöt  
tillverkarna an till den gamla tekniken i marknadsföringen av den nya:  
bandspelaren var ”den nya generationen block och penna”.

Att också gamla medier kan uppfattas som nya belyses i Lundells  
kritiska granskning av Jürgen Habermas offentlighetsteori. På 1700-  
talet var tidningspressen knappast ny, ändå uppfattades den som ett  
nytt sätt att kommunicera med av dem som då tog den i bruk. Tidning-



arna var som regel öppna för publikens medverkan, och tryckaren kunde till och med uppfatta det som sin plikt att trycka vad läsarna skickat in. Efter att pressen genomgått en omvandling under 1800-talets första halva var det i stället de moderna och professionaliserade tidningarna som betraktades som nya. I dessa var det en publicist som enväldigt bestämde tidningens linje. I ljuset av 1800-talets tidningspress framstod 1700-talets tidningar med sin läsarmedverkan plötsligt som amatörmässiga. Eftersom också historieskrivningen utgått ifrån 1800-talspublicisternas definitioner av vad en tidning är har forskningen varit blind för att en tidning också kan vara något annat. Analysen visar att det som har betraktats som en del av mediets natur i själva verket kan ses som en del av vad Gitelman benämnt ”protokoll”, det vill säga sociala normer och praktiker som den bärande tekniken associerats med. Medietekniken kan alltså vara relativt stabil över tid, men mediet ändå förändras beroende på att protokollen skrivits om.<sup>17</sup> Som Lundell påpekar borde vår tids medielandskap av bloggar, videodelningssajter och kommentarsfält göra det lättare för oss att se deltagandets former också i det förflutna.

### **Medier och minne**

Ytterligare ett tema som är gemensamt för flera bidrag i denna bok är minne. Medan minne i ett par decennier varit ett lika centralt som omtvistat begrepp inom historieforskningen, är relationen mellan medier och minne inom medieforskningen ett förhållandevis nyväckt frågekomplex, aktualiserat inte minst genom vår tids digitala medier och deras förmåga till tillsynes oändlig lagring.<sup>18</sup> Här finns en mediearkeologisk infallsvinkel som lyfter ett antal viktiga och övergripande frågor. Vad är egentligen ett digitalt arkiv och vilka minnen lagras i så fall där? Minns nätet allt eller leder all lagring egentligen till glömska och brist på strukturerade berättelser? Ska medieinnehåll ses som artefakter och vad har det för bäring på frågor om autenticitet och originalitet?<sup>19</sup> Sådana frågeställningar leder även ofta till mer handfasta frågor, såsom hur sparandet av ett mediematerial ska hanteras såväl juridiskt och tekniskt som innehållsmässigt. Bülow's kapitel anknyter till sådana frågor eftersom han i sin analys fokuserar på hur bilder, i

första hand fotografiska porträtt, har brukats i de två webbencyklopedierna *Wikipedia* och *NE.se*.

Men även före internet kan vi förstås tala om medier och medieformer som just materialiserade minnestekniker. Alla arkiv består av medier som avgör, ordnar, kommunicerar och reglerar tillgången till det förflutna. Det gäller även andra – och betydligt mer vardagliga – minnesmaskiner. Den mänskliga hjärnan och minnesförmågan har härutöver ofta liknats vid de medietekniker som varit för handen, däribland vaxtavlan, fonografen och datorn. Att föreställningarna om människans minne har förändrats med introduktionen av nya medier är därför logiskt.<sup>20</sup> I sitt bidrag om journalistikens kroppar, anteckningsblock och bandspelare visar Jarlbrink att föreställningarna om objektivitet och bevis har påverkats av de minnesmaskiner som har använts när journalister har dokumenterat verkligheten.

Relationen mellan medier och minne kan också ses i ljuset av hur medier fungerar som verktyg och plattform för skapandet och omskapandet av kollektiva minnen. Den digitala bildrepertoaren kring Verner von Heidenstam bidrar exempelvis, som Bülow visar, till att upprätthålla ett kollektivt visuellt minne av författaren, men öppnar samtidigt för viss omtolkning. I Cronqvists bidrag synliggörs på vilket sätt minnet av en specifik mediehändelse, provsprängningarna på Bikiniatollen 1946, har förflyttats mellan olika medier under efterkrigstiden, hur den har laddats med olika betydelser och använts på olika sätt vid olika tidpunkter – men också hur själva medieformen har satt sin prägel på vilken historia som kan och bör berättas, vilket minne som kan och bör värnas. Själva tillgången på mediematerial kan visa sig vara en viktig faktor, och i fallet Bikiniatollen råkar det finnas en stor sådan. Mängden mediematerial låg i sin tur till grund för 2009 års ansökan om att uppta Bikiniatollen på UNESCO:s världsarvslista.

Frågan om medier och minnen kan också förstås som en fråga om (beskrivnings)makt. En ytterligare dimension av minnen i medier är nämligen det som skulle kunna kallas mediehistoriografi. Synliggörandet av pressens eget minne i termer av dess historieskrivning och den självbild som kan avläsas där, är en av poängerna i Lundells bidrag. Makten att formulera pressens historia har, som Lundell visar, i så hög

grad legat hos pressen själv att denna makt har osynliggjorts ända in i vår egen tid.

\*

Som framgår skär temana på tvärs genom de kapitel som följer. Tonvikter finns förstås, men att låsa in och klumpa ihop enskilda bidrag vore att styra läsningen hårdare än vi önskar. Av motsvarande skäl har vi valt bort en kronologisk disposition. Det följande beskriver helt enkelt inte en sammanhängande historia. I stället har vi i bokens disposition sökt en spännande variation som förhoppningsvis lockar till läsning genom att förflytta läsaren mellan olika tidsepoker och presentera olika mediehistoriska frågeställningar. Vår förhoppning är förstås också att läsaren därigenom på egen hand ska finna intressanta teman eller samband som vi inte tagit upp i denna introduktion.

## Noter

1. Jan Holmberg, "Medialitet", i *Litteraturens offentligheter*, Torbjörn Forslid & Anders Ohlsson (red.), Lund 2009, s. 35. Jämför även Johan Fornäs i Magnus Andersson & Johan Fornäs, "Mediekulturperspektivets möjligheter. Ett samtal i kulturaliseringens tecken", *NORDICOM-Information* 2010:1, s. 11: "Det är slående hur mycket av den mest intressanta medieforskningen under senare tid kommit fram utanför MKV-ämnet, åtminstone här i vårt land. Även tidigare har det varit Ulf Hannerz och andra socialantropologer, etnologer och historiker som visat mer fruktbara vägar för nydanande medieforskning. Under senare år gäller något liknande till exempel de Foucault- och Kittlerinspirerade mediehistoriska studierna med arbeten av forskare som Anders Ekström, Ylva Habel, Solveig Jülich, Andreas Nyblom, Pelle Snickars och Magnus Rodell (se exempelvis Jülich m.fl. 2008). Och det gäller minst lika mycket en rad genusorienterade mediestudier, i nya avhandlingar av exempelvis Anna Adeniji (2008), Anna Lundberg (2008) och Helena Tolvhed (2008). Det är där man hittar nya spännande grepp som inte sitter fast i förstelnade mediegränser och därför på ett hoppningivande sätt lyckas ta fatt i kulturaliseringens konsekvenser."
2. För begreppsutredningar och forskningsöversikter över medialiseringsforskning, se Johan Fornäs & Anne Kaun (red.), *Medialisering av kultur, politik, vardag och forskning. Slutrapport från Riksbankens Jubileumsfonds forskarsym-*

- posium i Stockholm 18–19 augusti 2011*, Huddinge 2011; Anne Kaun & Karin Fast, *Research report. Mediatization of culture and everyday life*, Huddinge 2014; Sonia Livingstone, "On the mediation of everything. ICA presidential address 2008", *Journal of Communication* 2009:1; Stig Hjarvard, *The mediatization of culture and society*, London 2013; Andreas Hepp, *Cultures of mediatization*, Cambridge 2012; och Knut Lundby (red.), *Mediatization. Concept, changes, consequences*, New York 2009.
3. För några för vår del centrala, programmatiska introduktioner, se Anders Ekström, Solveig Jülich & Pelle Snickars, "I mediarkivet", i *1897. Mediehistorier kring Stockholmsutställningen*, Ekström, Jülich & Snickars (red.), Stockholm 2006; Pelle Snickars, "Om ny och gammal mediehistoria", *NORDICOM-Information* 2006:1; och Solveig Jülich, Patrik Lundell & Pelle Snickars, "Mediernas kulturhistoria. En inledning", i *Mediernas kulturhistoria*, Jülich, Lundell & Snickars (red.), Stockholm 2008.
  4. För sådana ansatser, se Otto Fischer & Thomas Götselius, "Textens teknologier. Friedrich Kittler och den mediala vändningen i tysk humaniora", *Tidskrift för litteraturvetenskap* 2000:1; och Anders Ekström, "Kulturhistorisk medieforskning. Fyra spår", i *Mediernas kulturhistoria*, Jülich, Lundell & Snickars (red.), Stockholm 2008.
  5. Drivande krafter bakom Mediehistoriskt bibliotek är Tommy Andersson, Otto Fischer och Thomas Götselius, och bakom Mediehistoriskt arkiv har det från starten fram till årsskiftet 2014 varit Pelle Snickars. Den förra serien har till dags dato avsatt sex översättningar, och den senare ett tjugofemtal antologier, monografier och källsamlingar. De två första konferenserna (2007 och 2010) var nationella, den tredje (2013) nordisk; en fjärde och internationell planeras till 2016.
  6. Ämnet mediehistoria vid Lunds universitet var tillsammans med Kungliga biblioteket arrangör av de två senaste mediehistoriska konferenserna och har därifrån nu övertagit ansvaret för bokserien Mediehistoriskt arkiv.
  7. Utgångspunkten är central i till exempel David Thorburn & Henry Jenkins (red.), *Rethinking media change. The aesthetics of transition* Cambridge, Mass. 2003; Henrik G. Bastiansen & Hans Fredrik Dahl, *Norsk mediehistorie*, Oslo 2003; Anders Ekström, Solveig Jülich & Pelle Snickars (red.), *1897. Mediehistorier kring Stockholmsutställningen*, Stockholm 2006; och Jonas Harvard & Patrik Lundell (red.), *1800-talets mediesystem*, Stockholm 2010.
  8. En introduktion ges av James Chapman, Mark Glancy & Sue Harper (red.), *The new film history. Sources, methods, approaches*, Basingstoke, Hampshire, & New York 2007. Ett brett spektrum av deltagande i historiskt perspektiv ges av Anders Ekström, Solveig Jülich, Frans Lundgren & Per Wisselgren (red.), *History of participatory media. Politics and publics, 1750–2000*, New York 2010. "myten om [...]": Lev Manovich, *The language of new media*, Cam-

- bridge, Mass. 2001. ”alla medier [...]”: Anders Ekström, *Representation och materialitet. Introduktioner till kulturhistorien*, Nora 2009.
9. Lisa Gitelman, *Always already new. Media, history, and the data of culture*, Cambridge, Mass. & London 2006, s. 15: ”the very categories of consumer and producer are inadequate to explain fully the deep definition of new media”.
  10. John Durham Peters, ”Introduction. Friedrich Kittler’s light shows”, i Friedrich Kittler, *Optical media. Berlin lectures 1999*, Cambridge & Malden 2010, s. 6.
  11. Se till exempel Raymond Williams, *TV. Teknik och kulturell form*, Lund 2001, kap. 1.
  12. Gitelman 2006, s. 10–11.
  13. Om medier och sinnesintryck, se Jussi Parikka, *What is media archaeology?*, Cambridge & Malden 2012, kap. 2.
  14. Patrice Flichy, *The Internet imaginaire*, Cambridge, Mass. 2007.
  15. Se till exempel Brian Winston, *Media, technology and society. A history. From the telegraph to the Internet*, London & New York 1998.
  16. Jay David Bolter & Richard Grusin, *Remediation. Understanding new media*, Cambridge, Mass. 1999.
  17. Gitelman 2006, s. 5–7.
  18. Marie Cronqvist, ”Medier och minnen”, *Scandia* 2013:1.
  19. Wolfgang Ernst, *Das Gesetz des Gedächtnisses. Medien und Archive am Ende (des 20. Jahrhunderts)*, Berlin 2007. Se även Pelle Snickars, ”Arkivet – ett medium?”, *Arkiv, samhälle och forskning* 2005:2; och Pelle Snickars, ”Minns nätet allt?”, *Ord & Bild* 2010:5.
  20. Douwe Draaisma, *Metaphors of memory. A history of ideas about the mind*, Cambridge 2000.

# Om uppblåsthet

*Bland ballonguppstigningar och andra medier  
i Stockholm 1889–1890*

ERIK EDOFF

Polisen nödgades afvisa flera hundrade. Torget utanför, Hissen, grannhusens fönster och tak, Slussen, Skeppsbron, Mälartorget, Blasieholmskajen, Skeppsholmen och Kastellholmen, Skeppsholmsbron och Karl XII:s torg kantades ock med folk. Det måtte vara rysligt roligt att se Figaros redaktör bryta nacken af sig!<sup>1</sup>

Det var inte en offentlig avrättning som hade fått stockholmarna att gå man ur huse denna augustionsdag 1889, även om boulevardtidningen *Figaro* gärna fick det att framstå så. De hade samlats med anledning av att den tyske ballongflygaren kapten Feller skulle göra ännu en offentlig uppstigning, och denna afton skulle han medföra nämnda tidnings redaktör för att rapportera. Ballongfärden i Stockholm denna sommar var på intet sätt unik. Uppstigningarna utgjorde ett viktigt inslag i den underhållningsindustri, som under 1880-talet fått fotfäste i Stockholm, med exempel som Orientaliska irrgångssalongen, Cirkus, Tivoli och varietéerna på Djurgården.<sup>2</sup> Redan 1783 färdades de första människorna i ballong och alltsedan mitten av 1800-talet var detta en populär underhållningsform på många håll i Europa.<sup>3</sup> Som exempel kan nämnas Félix Nadars ballongfärder i Paris på 1860-talet som lockade en publik på uppemot 100 000 människor.<sup>4</sup> Även i Sverige uppträdde alltså ballongflygare under slutet av 1800-talet inför stora åskådarmassor.

Syftet med denna text är att undersöka hur olika medier samspelade i meningsproduktionen kring två ballongflygningar under åren 1889 och 1890. Uppstigningarna som händelser blir här fallstudier för att synliggöra Stockholms mediesystem runt 1890. De övergripande fråge-

ställningarna är: vilka betydelser gavs ballongflygningarna, och hur bör man förstå aktörernas deltagande i dessa evenemang? Jag ansluter till en forskningstradition i vilken mediernas beskrivningar av fenomen betraktas som både speglande och formerande. Det vill säga att samtida föreställningar om ett givet fenomen är beroende av hur detta medieras, såväl i fråga om enskilda händelser som idéer, platser eller personer. Forskare som Peter Fritzsche och Vanessa R. Schwartz har i varsin studie visat att storstadserfarenheter av Berlin respektive Paris under slutet av 1800-talet till väsentlig del skapades genom medieringar.<sup>5</sup> Med två exempel vill jag här visa att Stockholm i detta avseende inte utgjorde något undantag.

### Stockholm och mediasystemet omkring 1890

Liksom många andra av västvärldens städer befann sig Stockholm i slutet av 1800-talet i en period av stor omdaning. Befolkningen växte på ett sätt som knappast hade någon motsvarighet i stadens historia. Under seklets sista två decennier närmast fördubblades antalet invånare från drygt 160 000 till omkring 300 000.<sup>6</sup> Ekonomiska och sociala förhållanden förändrades likaså. Under 1880-talet skedde ett byggnadsuppsving i Stockholm, som i hög grad förändrade stadens visuella karaktär. Från att i praktiken ha bestått av en rad småstäder, fogades nu dessa samman genom nybyggnation och stadsplanering. Det skedde dessutom en omfattande inflyttning av människor från den omgivande landsbygden.<sup>7</sup> Stockholm började alltmer ta formen av en storstad.

Här fanns under perioden ett stort antal medieformer, inte minst en mycket rik och ständigt föränderlig pressflora. En av tidningsgenrerna var boulevardbladen, av vilka den luftseglande redaktörens *Figaro* kan betraktas som ett av de ledande. Genren utgjordes av ett antal publikationer, oftast utkommande veckovis, som behandlade stadens urbana miljöer, restaurang- och nöjesliv, kultur och skvaller om dess mer bemärkta invånare. Enkelt uttryckt dess gatuliv och vimmel. Jag betraktar boulevardtidningarna som en i samtiden viktig meningsskapare av stockholmarnas förståelse av sin stad som en gryende storstad. Med detta menar jag att alldeles oavsett om man hade tillträde till den mondana urbanitet som utspelade sig i dessa tidningars spalter, kunde man

ändå känna sig delaktig i den, genom att läsa tidningarna. Med Benedict Andersons ord kan man här tala om en föreställd gemenskap. Anderson avser visserligen det nationella medvetandet, när han skriver att "[d]essa läsande medmänniskor, till vilka de var bundna genom trycket, bildade i sin sekulariserade, särskilda, påtagliga osynlighet embryot till den nationellt föreställda gemenskapen".<sup>8</sup> Man kan likafullt tänka sig att det på ett likartat sätt uppstod föreställda gemenskaper också i städerna.<sup>9</sup>

En viktig aspekt som lyfts fram på senare år är att inte se enskilda medier som verkande för sig själva, utan i stället ta fasta på de utbyten och relationer som föreligger mellan olika medieformer. I detta sammanhang använder jag begreppet mediesystem, vilket har definierats som "summan av de olika mediernas inbördes relationer vid en given tidpunkt". Det kan exempelvis handla om relationer mellan tekniker, personer och platser.<sup>10</sup> Givet detta måste perspektivet vidgas om man vill förstå ballonguppstigningarna i sin kontext. Jag vill här visa hur ballongstigningarna spreds och gavs betydelse i Stockholms mediesystem, i vilket tidningspressen, varietéerna, telefonen, skillingstrycken och flera andra medieformer samspelade under slutet av 1800-talet.

Filmhistorisk forskning har uppmärksammat de lokala filmkulturer som uppstod under filmens barndom kring sekelskiftet 1900. I dessa finns intressanta paralleller till det som här studeras. Först och främst betonar forskningen att filmen inte kom som någon fullständig nyhet utan snarare är att betrakta som en förlängning av en 1800-talets visuella kultur.<sup>11</sup> Filmen förstås utifrån den lokala infrastruktur (exempelvis platser, personer och relationer till andra medier) inom vilken den förevisades och tolkades. Åsa Jernudd har visat hur den lokala kulturen fick betydelse för hur den tidiga filmen uppfattades i Örebro runt sekelskiftet 1900. En fördel med att studera ett medium i dess etableringsfas i en lokal kontext är att andra mediers och sammanhangs betydelse för den fokuserade företeelsen synliggörs. I Örebrofallet visar Jernudd att folkrörelsernas och det lokala föreningslivets stora intresse för filmen betydde att den framstod som ett städat nöje i förhållande till de mer kommersiella och utsvävande varietéerna och basarerna. Det var oftare de förra som utgjorde visningssammanhanget och exempelvis lokalpressens rapportering styrdes i någon mån av denna kontext.<sup>12</sup>



## Mosebacke varieté 1889

Varietéerna började vid denna tid bli en underhållningsform att räkna med. En stad kunde näppeligen betraktas som en storstad utan att ha denna underhållningsform i sin repertoar. Med etablissemang som Mosebacke, Svea Salen och Kristallsalongen började en veritabel varietéscen uppstå i Stockholm under slutet av 1880-talet. Denna upplevde en glansperiod fram till 1896 då brännvinsförbud infördes på varietéer varför de förlorade i dragningskraft. Just 1889 räknas som varietéernas genombrottsår.<sup>13</sup> Dessa följdes intensivt av tidningarna och deras medarbetare, vilka i sin tur ofta utgjorde stoff i uppträdanden på varietéscenen.<sup>14</sup>

Under högsommaren 1889 hade varietén och nöjesinrättningen Mosebacke i Stockholm engagerat den tyske aeronauten Paul Feller för ett antal publika uppstigningar. Han var en rutinerad flygare och hade tidigare genomfört framgångsrika uppstigningar runt om i Sverige.<sup>15</sup> Men det var i Stockholm som publiktillströmningen var verkligen stor. Det talades om att så många som 50 000 personer samlades kring Mosebacke för att bevittna Fellers flygningar, ett ansevärt antal, om man påminner om att Stockholms befolkning 1889 uppgick till drygt 230 000 invånare.<sup>16</sup> Enbart som kuriositeter och våghalsiga upptåg betraktades inte flygningarna. Uppstigningarna var också någonting synnerligen allvarligt, ett tecken på framsteg och modernitet, vilket inte minst signaturen A.E. avslöjar i sina Stockholmsbrev till landsortspresen: ”Det är nu flera år sedan vi hade besök af en sådan herre, som visar, huru framtidens menniskor påstås komma att företrädesvis färdas.”<sup>17</sup> Eller än tydligare uttryckt i *Figaro* som hävdade att ballongen ”blir framtidens allvarliga förbindelsemedel”.<sup>18</sup> Synen på luftballonger var inte helt olik den som ett kvartssekel senare förknippades med det tidiga motoriserade flyget. Det fanns en ambivalens i hållningen till båda företeelserna; den praktiska tillämpningen ifrågasattes ofta och riskerna var vanligen någonting som betonades. Detta samtidigt som de konnoterade framtid och framsteg.<sup>19</sup>

Flyguppträdandena var således förenade med enormt intresse. Fellers uppträdanden refererades flitigt i både huvudstadens och landsortens press. Att arrangörerna och flygkaptenen visste att utnyttja

pressen för att väcka intresse är uppenbart. Feller och Mosebackes innehavare, källarmästare Qvintus Mellgren, önskade, av publicitetsskäl kan man förmoda, att kaptenen skulle medföra någon celeber person på sina uppfärder. Om detta annonserade man därför i dagspressen. Helst skulle den bemärkta personen vara en tidnings- eller vetenskapsman som kunde referera händelseförloppet. Den förstnämnda sannolikt för publiciteten och den senare förmodligen för att ge ballongresorna legitimitet genom ett sken av vetenskaplighet. Redaktören för boulevardtidningen *Figaro*, Georg Lundström, mer känd under signaturen Jörgen, var inte sen att anmäla sitt intresse. Ett problem som förelåg var den övre viktgräns för passageraren som satts vid 65 kilo, vilken Lundström med råge översteg.<sup>20</sup> I en artikel från den 27 juli berättar Jörgen att han sedan han sett den italienske ballongflygaren Guisepe Tardini förolyckas i Öresund omkring 40 år tidigare ”haft en ryslig lust att fara i ballong”. Oaktat viktomständigheterna fick Jörgen omsider sin önskan uppfylld, och den 28 augusti 1889 skulle ballongen stiga från Mosebacke.

### Luftfärden

Redaktören Georg Lundström kunde 1889, när ballongfärden begav sig, se tillbaka på en verksamhet kantad av möten med offentligheten. Som född i Helsingborg 1838, utgjorde han ett exempel på 1800-talets urbanisering; liksom en majoritet av stockholmarna var han inflyttad till huvudstaden. Särskilt blev han förknippad med *Figaro* som han köpte i december 1888, ett blad han under långa perioder skrev och redigerade på egen hand. Han tog över en tidning vars upplaga var liten och hade konkurser bakom sig under förre redaktören Hugo Nisbeth.<sup>21</sup> Det fanns alltså all anledning för Jörgen att marknadsföra sin tidning. Att dessutom kämpa för den egna berömmelsen, genom att sticka ut och göra sig till ett samtalsämne i offentligheten, kan läsas som ett projekt i Jörgens skribentskap. Trots att *Figaro* beskrev sig själv som en ”illustrerad veckotidning för politik, ekonomi, konst, literatur, kronik, satir, poesi, mat, dryck, sport och herrmoder, vett och ovet” handlade den i första rummet om Jörgen och dennes förhåvanden i huvudstadsoffentligheten.<sup>22</sup>

I *Figaro* fick läsarna var vecka följa med Jörgen än på varietéer, än på finare middagar. Ingående omskrev han sina upplevelser av arbetet på redaktionen och även sådana trivialiteter som när han klädde, rakade eller speglade sig. Karl Hjalmar Lundgren som till Publicistklubbens 50-årsjubileum 1924 skrev en lång porträttmatrikel om klubbens medlemmar genom åren kallade Jörgen ”den mest personlige publicist vi någonsin haft”.<sup>23</sup> Det var knappast bara tidningens egna läsare som kände till redaktörens vanor och hans restaurang- och underhållningspreferenser. Alldeles oavsett om han verkligen deltog i alla de evenemang han skrev om i tidningen var hans privatliv genom *Figaro* en del av offentligheten – här odlade han sig själv som celebritet. I egenskap av skribent i den egna publikationen hade han i hög grad makt över definitionen av den egna synligheten. På detta sätt skiljer han sig på en avgörande punkt från många andra celebriteter i samtiden. Andreas Nyblom har undersökt kändisskap under sekelskiftet 1900 med Verner von Heidenstam som fallstudie. Han konstaterar att det inte huvudsakligen var genom den egna produktionen som Heidenstam gjordes bekant för allmänheten, utan ”det stora flertalet kände Heidenstam från *andras* presentationer av honom i ord och bild i tidningar och tidskrifter”.<sup>24</sup> Jörgen hade till skillnad från Heidenstam (och flertalet offentliga personer) stort utrymme att själv skapa och påverka sin mediala persona.

Det är mot denna bakgrund man bör betrakta Jörgens deltagande i luftfärden, som en av flera strategier för att sticka ut från mängden, både för tidningen och som personlighet. Lundström och Mellgren på Mosebacke kände varandra väl. Dels besökte Jörgen ofta, enligt kåserierna i *Figaro*, Mellgrens inrättning, dels var den senare en av tidningens annonsörer. Det låg i båda aktörernas intresse att en flygning med Jörgen skulle bli av. Jörgen kunde i egenskap av kändis dra storpublik och inkomster till Mosebacke och erbjuda varietén publicitet i *Figaro*, och Jörgen kunde locka till sig läsare med den långa skildring av resan han författade. Dessutom fick Jörgen möjlighet att göra ett spektakulärt framträdande inför storpublik och konstruera en berättelse om sig själv i en nästan heroisk situation.

På dagen för uppstigningen annonserades det bland annat i *Dagens Nyheter* för evenemanget. Förutom prisuppgifter och en bild på en luft-

ballong informerades tidningens läsare om att kapten Feller denna afton skulle åtföljas i ballongen av *Figaros* redaktör. Han skulle sedan från scenen på Mosebacke redogöra för sina intryck från färden.<sup>25</sup> Uppstigningen refererades påföljande dag i flera dagstidningar, även utanför Stockholm, och de var i allmänhet positiva.<sup>26</sup> Exempelvis berättade *Vårt Land* att Mosebacke denna kväll varit ”till trängsel fylldt”.<sup>27</sup> *Svenska Dagbladets* referat var fylligt. Enligt skribenten hade varietésalongen aldrig tidigare varit ”fullsatt af en finare och mer animerad publik”. Tidningen återgav händelseförloppet. Uppstigningen var lyckad, men ogynnsamma vindförhållanden riskerade att nästan omedelbart föra ballongen bort mot skärgården. För att inte ytterligare äventyra färdmännen, nödgades ballongen gå ned efter bara några minuter. Den mer eller mindre kontrollerade kraschlandningen ägde rum i Djurgårdsbrunnsviken, och det var först efter vissa svårigheter flygarna lyckades rädda både sig själva och ballongen i land. Därefter återkom de ”genomvåta” till Mosebacke, och Jörgen äntrade scenen till publikens ovationer och återgav sina intryck av ”att i fogelperspektiv kunna se vår kära Mälardrottning med dess härliga omgifningar”.<sup>28</sup>

Den tidning som gav seglatsen störst utrymme var givetvis *Figaro*. I tre påföljande nummer redogjorde Jörgen för sin resa, i det första numret visserligen helt kort, då tidningen skulle i tryck samma kväll som resan företagits.<sup>29</sup> Lundström skrev också en, med samtida dagstidningsmått mätt, lång insändare till *Vårt Land*. ”Då Figaro först utkommer om en vecka [...] har jag hos Eder [*Vårt Land*] anhållit om dessa raders införande.” I denna önskade han nyansera den bild av flygningen och sin egen insats som framstälts i vissa tidningar.<sup>30</sup> Van att själv få definiera och regissera sina framträdanden i offentligheten, befann han sig nu i en situation där hans tolkningsföretråde var hotat.

I sin egen berättelse i *Figaro* redogör Jörgen för förberedelserna inför resan. Redan inledningsvis blir stämningen dramatisk och farorna med ballongfärder betonas; han återger sina minnen från barndomen då han sett Tardini drunkna utanför den skånska kusten. På vägen till Mosebacke besökte Jörgen sina närmast anhöriga för att ta farväl, medveten om, och tydligt uppmärksammande läsaren på, risken att denna resa kunde bli hans sista. Mosebacke var redan välfyllt när han nådde fram till varietén, som inte räckte till för alla intresserade. Alla

omgivande platser som erbjöd fri sikt hade lockat sensationslystna betraktare.<sup>31</sup> Resenären lyckönskades av många av de närvarande. Där fanns hans annonsörer, flera vänner, liksom en del ovänner. Rykten florerade om vadslagning kring utfallet, om Jörgen verkligen skulle våga följa med eller i sista stund ångra sig, om han skulle förolyckas eller hamna på sjukhus. Vid platsen där ballongen var förankrad krävdes stor försiktighet: ”Släck gasen och de elektriska ljusen! – kommanderade hr Feller.” Skulle ballongen komma i närheten av dessa hotade en ”explosion”. Uppstigningen lyckades inte genast, med anledning av de båda resenärernas alltför höga gemensamma vikt. Jörgen fruktade att han skulle tvingas ge upp och avstå från att flyga, ”såsom en humbug [...] inför 100,000 åskådare. Och hela Sverige”. Hela nationen skulle alltså bli varse ballongfärden. Den skulle medieras, däri låg dess mening. Problemet åtgärdades dock genom det enda alternativ som stod till buds:

Feller är en hjälte. Han ger mig en blick. Jag förstår den. Hans fru förstår den och bleknar. Den blicken betyder: – Skall jag viga oss åt valet mellan döden eller vattnet? Jag nickar bifall. Han lyfter vår enda sandpåse ur korgen och slungar den ut. Ett hälsande! [---] Såsom genom en dekorationsförändring på scenen sjönko – ehuru pilsnabbt – terrasserna, hela Mosebacke, Navigationsskolan, den välklädda hurrande svarta folkmassan djupt under våra fötter. [---] Men jag var nog skådespelare, att, liksom Feller, springa upp, rycka min skottmössa af huvudet och svänga den. Ehuru publiken försvann på en sekund. – *Cæsare! Morituri te salutant!*<sup>32</sup>

I reseberättelsen framhålls åtskilliga svårigheter liksom rena dödsfaror. I Jörgens bildspråk är ballongfärden en tjurfäktning. Det ultimata mandomsprevet, ett utmanande av naturkrafterna, en lek med döden. Liknelsen vid tjurfäktingen och de betnade farorna tydliggör ballongfärdens funktion som ritual. Genom denna skapas hjältar, bara de har modet att fullfölja. Att resan i sig blev något av en missräkning i fråga om dess korta varaktighet spelade mindre roll. För Jörgen blev det snarare ännu ett tillfälle att ytterligare förstärka bilden av sig själv som heroisk resenär.

I följande veckas nummer av *Figaro* fortsatte betraktelsen. Jörgen

återger sina intryck av Stockholm ovanifrån. Han förundras över vad han såg, en ofantlig karta, utan höjder eller sänkor. Från "1/3 svensk mil" liknande staden med sina förstäder en jättelik spindel, och några människor kunde inte skönjas, utan bara hopar av myror. Han skildrade för läsarna det unika ovanifrånperspektivet på den moderna storstaden "med dygd och brott, snille och dumhet, skönhet och fulhet, rikedom och brist, njutning och smärta". Den andliga erfarenheten bröts av att videkorgen gav efter för deras rörelser, varpå Jörgen frågade Feller om Stockholm var riskfyllt jämfört med andra städer att luftsegla över. Kaptenen svarade: "den farligaste!" Vinden förde dem mot nordost och där fanns bara skog och ännu längre bort Ålands hav, båda dessa nedslagsplatser var förenade med en säker död. De var tvungna att landa omedelbart för att klara livhanken. På frågan från kaptenen om han var rädd, svarade Jörgen att han var lugn: "Jag var kall som is, hård som jern." Han mindes i fallögonblicket sin ungdom som sjöman, att han då "alltid på sjön inför dödsfaran [...] öfverraskat genom kallt mod, jernhård beslutsamhet och befälstag".<sup>33</sup> De överlevde nedslaget i vattnet, trots att ingen av dem var simkunnig, och bragden var fullbordad. Från scenen på Mosebacke liksom i *Figaros* spalter hade Jörgen fritt utrymme och kontroll över hur framträdandet skulle iscensättas som en medierad offentlig händelse.

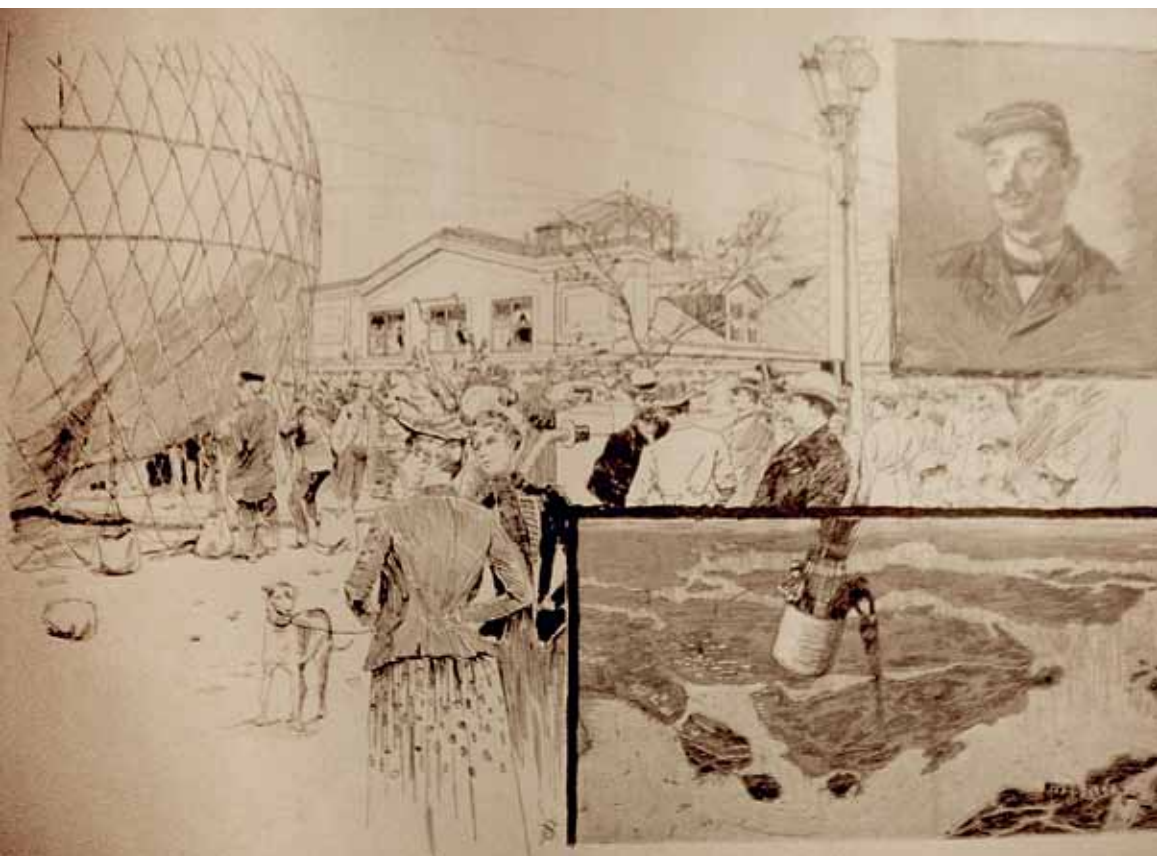
Alla delade ingalunda Jörgens uppfattning beträffande ballonguppvisningens heroiserande karaktär; flera tidningar raljerade inte bara över resan i sig, utan det är uppenbart att Jörgens explicita sätt att framhäva sig själv stack i ögonen på sina håll. Boulevardbladet *Budkastlen* menade exempelvis att Jörgens berättelse innehöll flertalet "Münchhausiader", och att Jörgens skryt om resan visserligen inte var utan grund, men att det mest bestod av "puder" och det hela "broderas ut och förses med ett skimmer af hjältemod". Tidningen *Barometern* i Kalmar kallade Jörgen för "luftballongs-barlast".<sup>34</sup> Ballongflygningen, som iscensattes och regisserades av *Figaros* redaktör, gick allt annat än obemärkt förbi. Om Jörgens avsikter behöver man inte spekulera. Han skriver nämligen, lika till synes utlämnande som alltid, att han hade fyra skäl: det första var "lystnad efter oförsökt fara"; det andra "fåfänga"; det tredje "klok affärsberäkning"; och det sista var att uppröra konkurrentredaktörer och fiender.<sup>35</sup>

## En mediehandling

Ballonguppstigningen på Mosebacke bör förstås som en mediehandling, planerad och iscensatt företrädesvis för den publicitet och uppståndelse den kunde generera. På 1960-talet skrev Daniel J. Boorstin indignerat om vad han kallade pseudohändelser. Hans framställning präglades av en påtaglig cynism och var en kritik av det samtida medieklimatet. Pikanta detaljer och celebriteters vardag gjordes till förstasidesnyheter. Dessa med manuskript försedda pseudohändelser ersatte verkliga händelser och förde amerikanen allt längre bort från både verklighet och goda ideal: ”Giftet [pseudohändelsen] smakar så sött att det förstör vår aptit på enkla fakta.”<sup>36</sup> Daniel Dayan och Elihu Katz nyanserar Boorstins skepsis och menar att en mediehandling är både planerad och direkt, i betydelsen att någonting kan gå fel, men att den i allra högsta grad är verklig, fastän den förefaller främst utspela sig i medierna, genom den intensiva och upprepade medieringen. De hävdar vidare att dessa händelser följer ett, och ibland flera, av tre manuskript: kampen, erövringen eller kröningen.<sup>37</sup> De studerar mediehandlingen utifrån tevediet men fenomenet kan också förstås i en kontext utan etermedier.<sup>38</sup> Vad som dock i någon mån förloras är den direkthet, som exempelvis teve erbjuder.

Jörgens ballongfärd kan sägas följa de två senare av nämnda manus. Erövringen var den av luften, ett element som människan vid denna tid ännu inte helt behärskade. Flyget krävde många luftseglares liv, och om någon skulle riskera att glömma bort farorna var Jörgen ideligen där och framhävde dem. Vid återkomsten till Mosebacke, efter nedslaget i Djurgårdsbrunnsviken, uppträdde han på scenen och ”mottogos med stormande jubel”, som *Norra Skåne* återgav tilldragelsen.<sup>39</sup> Här kan man nästan bokstavligt talat förstå detta som att publiken kröner hjälten som återkommit från den stora utmaningen, trotsat tyngdlagen och utmanat ödet.

Ballonguppstigningen visar också tydligt att medierna konvergerade i slutet av förra seklet, de utgjorde tillsammans ett system. Vad som är ett medium är aldrig helt enkelt att strikt definiera, utan det är och bör vara en empirisk fråga. Hur, när, var och varför någonting används blir då helt centralt för vad som kan betraktas som ett medium eller inte.<sup>40</sup>



Oscar Keens tre sammanfogade illustrationer föreställer en luftsegling med kapten Feller. Den första, "Ballongen fylld", återger en scen utanför Mosebacke där en publik bevittnar hur ballongen fylls, den andra, "Stockholm i fogelperspektiv", visar ballongen i luften över staden, och den tredje, "Luftseglaren kapten Feller", är ett porträtt av denne. Ur *Svenska familj-journalen Svea* 1889:36.

Ballongen i Stockholm under slutet av 1800-talet kan ses som ett medium. Delvis för de symboliska betydelser som ballongen i sig bar på: den sågs som ett uttryck för modernitet och framtida potentialer rörande det militära, forskaffning, vetenskap etcetera.<sup>41</sup> I detta kon-



kreta fall är det emellertid uppenbart att ballonguppstigningen också användes av Jörgen för att sprida budskap om sig själv och sin tidning; men betraktarna behövde tillgång till andra mediekanaler för att förstå och rätt kunna avkoda meningen. Utifrån detta framgår det att mediehändelsen fungerar på två nivåer, dels är själva uppstigningen en händelse som medierar sig själv, dels är medieringen av den i andra former en del av den, då den där sprids, förstärks eller förhandlas och omtolkas.

Ballongfärden inleddes inne på Mosebackeområdet, där den publik som varit tidigt ute, och kunnat betala den krona som inträdesavgiften uppgick till, kunde bevittna den. Hade man inte tid eller medel för detta kunde man följa ballongens färd från någon högt belägen eller öppen plats runtom i staden. Efter nedslaget skildrades resan sedan av resenären själv från scenen inför de betalande åskådarna. De som inte fick plats på Mosebacke fick vänta tills morgontidningarna återgav den, och orkade man vänta på *Figaro* och de andra boulevardtidningarna kunde resan återigen upplevas i den medierade offentligheten. Helt klart är att det var få människor, åtminstone i Stockholm men säkerligen även i landsorten, som inte på ett eller annat sätt antingen direkt eller medierat kunde ta del av Fellers och Jörgens ballongfärd. Det är inte svårt att tänka sig att det dramatiska nedslaget i Djurgårdsbrunnsviken var något det samtalades om vitt och brett i huvudstaden, oavsett om man var av åsikten att den högfärdige skribenten fått sig en ”grundlig rentwagning”, eller att två modiga upptäcktsresenärer varit nära döden.<sup>42</sup>

### Jörgen och kapten Rolla

Att *Figaro* gjorde några omedelbara ekonomiska framgångar av mediehändelsen på Mosebacke är visserligen troligt, men i realiteten vanskligt att uttala sig säkert om. Jörgen var sällan vidlyftig om tidningens upplagor eller spridning, oftast brukade han nöja sig med att berätta att upplagan var så och så många tusen exemplar större än konkurrenten *Budkaflens*.<sup>43</sup> Det finns inte heller några tillförlitliga uppgifter över olika tidningars respektive upplagor vid den här tiden. En hänvisning ger en samtida källa som anger att *Figaros* ibland kunde överstiga 10 000.<sup>44</sup> Att Jörgen omsider kunde skörda ekonomisk frukt av sin ballongflygning är dock helt klart, men det skedde i ett annat sammanhang, i efter-



*"Här ni ser en glad bekant,*

Jörgen förknippades flera år senare fortfarande med sin luftfärd, om än inte i bästa dager. Här är han återgiven som häxa. Ur *Budkaflen* 25/3 1894.

dyningarna av en annan mediehändelse – också den hade sin utgångspunkt på Mosebacke och var även den en ballongflygning.

Till sommaren året därpå hade en ny flygartist engagerats av Mosebacke Etablissement, den unge schweizisk-ryske våghalsen Victor Rolla.<sup>45</sup> Hans uppträdanden var än mer spektakulära än Fellers, då Rolla enbart hade en liten stålring, i vilken han höll sig fast under ballongens stiggande. När han sedan nått tillräcklig höjd hoppade han från ballongen och dalade ned till marken med hjälp av en fallskärm. Den 18 maj 1890 hade detta konststycke utförts med stor framgång, och han kunde liksom Jörgen ett år tidigare, ta emot publikens ”ändlösa jubel”. Om Rollas första framträdande varit framgångsrikt, blev utgången desto mer fördärlig när bedriften skulle repriseras den 29 maj. Fallskärmen var fortfarande blöt och tung från det senaste tillfället, då den vid landningen hamnat i vattnet. Karbinhaken som höll samman skärm och ballong var inte tillräckligt stark, och olyckligt nog blev fallskärmen kvar på marken. Rolla steg till väders och var snart utom synhåll. Först dagen därpå fann man honom, ihjälfrusen i Saxarfjärden. Enligt Emil Norlander som skriver om händelsen i sina memoarer fanns Jörgen på plats vid uppstigningen, och bland de särskilt inbjudna tidningsreferenterna ansågs han tack vare sina egna erfarenheter på området som experten framför andra. Rollas lit de parade och likfärd blev en dittills oskådad orgie i blomsterarrangemang och uppståndelse.<sup>46</sup> Uppståndelsen kring hans död antog enorma proportioner och bara tolv dagar efter sin död fanns han uppställd som vaxdocka på vaxmuseet Svenska Panoptikon, som öppnat året dessförinnan.<sup>47</sup> Vaxmuseer av denna typ liknade sig, och liknades, vid tidningar. Vanessa R. Schwartz kallar den parisiska motsvarigheten till Svenska Panoptikon, Musée Grévin, för ett ”three-dimensional newspaper”.<sup>48</sup>

Rollas olycka överskuggade alla andra ämnen i pressens spalter under dessa dagar.<sup>49</sup> *Figaro* var inget undantag. Jörgen hade Rollas porträtt på tidningens förstasida och drog i sina artiklar om den förolyckade kaptenen och ballongflygningen nytta av den egna auktoriteten på området. Som expert, och personligt bekant med Rolla, uppger han att han lördagen den 31 maj skulle ha följt med flygaren vid dennes sista planerade uppstigning. ”Men – stackars gosse! Han fick ärligt förhinder.”<sup>50</sup> Trots att han nu hade sett ytterligare en ”yrkesaëronaut” dö



*Aftonbladet* delade gratis ut ett supplement sent på kvällen den 30 maj 1890. Detta var en av de första uppgifterna som kom allmänheten till del om att Rolla återfunnits död.

framför sig, så ”dock – jag längtar redan efter en ny resa. [...] Så upplytande är faran, scenerierna, bifallsjublet”. Jörgen berättar att han suttit i långa samtal med Rolla vid förberedelserna. Rolla hade tackat för det porträtt Jörgen tryckt av honom i *Figaro* redan i mitten av maj. Dessutom hade de tryckt varandras händer en sista gång när Jörgen skyndat fram och rättat till flygarens flytväst, som inte blivit tillräckligt fästad.<sup>51</sup> Praktiskt taget över en natt blev Rolla den största personligheten i Stockholm, och berömmelsen kom genom Jörgens intensiva agerande i samband med händelsen även honom till del.

Andra än Jörgen såg i uppståndelsen kring Rolla möjligheter att göra inkomster. Bland annat skaldades det i skillingtryck.<sup>52</sup> Den 4 juni utkom även ett åttasidigt häfte till priset av 15 öre, *Genom molnen till evigheten. Kapten Rollas sista färd*. Denna anonyma ströskrift bestod till största del av Jörgens skildringar i ämnet och dessutom återfanns i den

det porträtt som i *Figaro* publicerats tidigare under våren.<sup>53</sup> Jörgen upp-  
rördes över vad han kallade ett "[o]försynt s. k. tjuftryck"; inte nog  
med att någon försökte slå mynt av hans produktion, men "denna li-  
terära stöld ökas, då man, som här skett, dolt författarenamnen och  
käll[a]n".<sup>54</sup> Det värsta syns inte vara den eventuellt uteblivna intäkten,  
utan det faktum att han själv i skriften inte uppmärksammades. Han  
riskerade att gå miste om den offentliga synlighet, vilken jag menar att  
hela hans tidningsverksamhet ytterst syftade till.

Jörgen var en betydande kugge i det meningsskapande maskineri  
som satte fart i samband Rollas färd, hans försvinnande och det sökan-  
de efter honom som följde. Till detta bidrog i hög grad en ny medietek-  
nik, *telefonen*. För Jörgen berättar att han framåt midnatt "störtade" till  
telefonerna – "Bells. [och] Allmänna."<sup>55</sup> Det vill säga båda de i Stock-  
holm vid tiden befintliga telefonnäten.<sup>56</sup> Från Mosebacke ringde Jörgen  
runt till tidningsredaktioner, Svenska telegrambyrån, myndigheter och  
ut i skärgården. Att komma fram var inte lätt, ty båda Mosebackes tele-  
foner "togo ej räson", utan "pinglade" oavbrutet. Självaste kabinetts-  
kammarherren ringde från slottet, å kungens vägnar, till Jörgen på  
Mosebacke för att få upplysningar.<sup>57</sup> Telefonen fick två funktioner: dels  
efterfrågades underrättelser om Rolla, om denne hade skymtats med  
mera, dels gav den upphov till ett slags upplysningsverksamhet om  
flygaren och hans försvinnande till andra delar i ett slags kommunika-  
tionsnät. Det resulterade i att det till betydande del var information  
från Jörgen och hans berättelser om Rollas förberedelser och försvin-  
nande som refererades i tidningarna dagarna därpå.<sup>58</sup> Stockholm var  
under telefonins barndom världens telefontätaste stad; 1895 fanns där  
41 telefoner per tusen invånare, vilket kan jämföras med metropolen  
London, med endast två telefoner per tusen invånare.<sup>59</sup> Den relativa  
nyheten telefonen effektiviserade mediasystemet och kan till viss del  
ses som en förutsättning för den tidsmässigt snabba och geografiskt  
stora spridningen av berättelsen om den olyckliga uppstigningen, sökan-  
det efter Rolla, och sedermera hans död och liktåg. Telefonen blev, som  
Jan Garnert framhållit, en kommunikationsteknologi som omförhand-  
lade den mänskliga förståelsen av begreppen tid och rum.<sup>60</sup>

Telefonen användes också för att betona allvaret i texterna om  
den olyckliga seglatsen. Genom den spreds händelseförloppet. Många

begagnade tekniken för att få senaste fakta, från kungen och pressens redaktioner till grosshandlare och ”alla stadens käringar”.<sup>61</sup> Berättelserna i pressen ger en bild av olyckan som något som intresserade *alla*; stockholmare, i såväl slott som koja, engagerade sig i Rolla. Sedvanliga kategorier som klass och genus nivellerades, de var framförallt stockholmare tillhörande en gemenskap vars gemensamma nod var bevittnandet av, och engagemanget i, den medierade storstadssensationen Rolla.<sup>62</sup> ”Rolla, Rolla, öfverallt Rolla: på promenader, kaféer, i hemmen hörde man ingenting annat”, hävdade *Aftonbladet*.<sup>63</sup> Dylika utsagor i pressen får lätt funktionen av självuppfyllande profetior, ty oavsett sanningshalten i dem när de skrevs, bidrog de sannolikt genom sin publicering till att göra dem verklighetsöverensstämmande – till att engagera läsarna. Det var genom medieringarna som föreställningarna och erfarenheter skapades.

Den tidningsläsande Kungsholmsynglingen Allan Holmström skrev om uppståndelsen i sin dagbok.<sup>64</sup> Redan den 18 maj skriver han om hur ”storartadt” det varit att se Rollas framgångsrika flygning. Från sin gård bevittnade han även den 29 maj hur Rolla försvann ur synhåll: ”Någon fallskärm kunde jag ej heller märka, ej ens då ballongen steg upp. Hvad hade blifvit af honom? [---] Det var ej utan att jag började tro, att någon olycka händt på ett eller annat sätt.” I följande dags anteckningar kan man läsa att Holmström följt ryktesspridningen i pressen, och de avslutas med ett tillfogat ps inom sorgkanter där han berättar att han nåtts av budet att flygaren hittats död och att han nu fanns på Karolinska Institutets bårhus. Sannolikt var det genom *Aftonbladets* utdelade gratisblad som han sent på kvällen nåtts av uppgiften om att Rolla var funnen död. Anteckningen avslutas med ”R.I.P.”. Dagarna som följde fram till begravningen den 5 juni ägnar Holmström huvudsakligen åt att läsa nya uppgifter om olyckan. Han hoppas få en skymt av den döde genom att ta sig in på bårhuset ”som är belegradt af människor”. Tre gånger försökte han (den 30 maj, den 1 och den 3 juni), men ”[l]yckades icke” förrän han tidigt på morgonen den 4 juni tog sig in och såg Rolla liggandes på lit de parade. Uppenbarligen fick Holmström mersmak, ty redan klockan fem morgonen därpå begav han sig med hela sin familj till bårhuset där mycket var förändrat; den döde var ”bokstavligen öfversållad med blommor, kransar m m”.

Därpå ställde han sig utanför ”Eldqvarn” för att följa liktåget och alla vagnar, som han räknade upp gick till ”omkring 60 stycken”.<sup>65</sup>

Holmströms dagbok erbjuder någonting mer än tidningarnas uppgifter, en läsares nedtecknade tankar om händelsen, hur uppgifterna kom honom till del genom pressen och hur detta rabalder på ett närmast totalt vis fångade hans intresse. 1890-talets mediesystem hade i kraftfull stil visat upp sin fulla potential. Karolinska Institutets bårhus fungerade som en sensationell attraktion i sig, så lockande att en 19-åring gjorde allt i sin makt för att få en glimt, och när han fått det inte kunde få nog, utan tvunget måste få se den igen. Fascination för döda kroppar utgjorde ett betydande inslag i den visuella kulturen decennierna runt 1900. I Sverige var det vanligt att populärpressen rapporterade i både text och bild från celebra personers lit de parade.<sup>66</sup> Exempelvis Paris turistattraktion framför andra var det omåttligt populära bårhuset, beläget i en av stadens mest centrala delar, som grundats som offentlig inrättning för identifikation av okända lik, men som framförallt blev en sensationell sevärdhet, för både parisare och turister.<sup>67</sup> Likheterna med uppvisningen av Rolla på Karolinska Institutet är slående. Lockelsen hos bårhuset i Paris var också den intimt sammanlänkade med övrig mediering, från guideböcker och press till bilder och vaxfigurer.<sup>68</sup> Det går inte att ta miste på hur olika medieformer samspelade och befruktade varandra, i ett system av meningsskapande kring mediehändelser. En hel stad mobiliserades. Den några veckor tidigare helt okände Rolla blev i och med sin död ”publikens gunstling”, och han prisades i ”alla tidningar” för sitt ”fördelaktiga yttre och angenäma sätt”.<sup>69</sup> Det var medierna som lyft fram honom och det var i medierna som hans offentliga personlighet utformats, grundad på inte mycket mer än uppgifter från högst flyktigt bekanta.<sup>70</sup>

### Avslutning

På ett direkt plan fungerade ballongflygningarna som offentliga framträdanden, som för enskilda personer och företag fyllde ekonomiska och marknadsföringssyften. Vid denna tid rådde i Stockholm en tillspetsad konkurrenssituation inom såväl pressen som underhållningsbranschen.<sup>71</sup> I ett sådant klimat faller det sig naturligt att erbjuda det

extraordinära för att sticka ut; flygningarna synliggjorde Mosebacke, tidningsmän och aeronauter. Tidningar, och andra medieformer, synliggjorde i sin tur flygningarna. Jörgens självhävdelse slutade inte vid iscensättningen av den egna färden. När han skrev om ”ynglingens dödsnatt” hänvisade han till ”personlig kännedom om Rolla, ballongen, luftsegling och nedstörtande med ballong, den Rolla af Jörgen påsatta simgördeln och Jörgens undersökning af den dödes kropp”.<sup>72</sup> Det var *Figaro*, skulle läsaren förstå, som hade de tillförlitligaste uppgifterna. Och i samband med Rolla hade tidningen också en av sina större framgångar; numren med Rollas porträtt hade sålt ”i minst 28 tusen exemplar. Dock fortsattes efterfrågan”, en upplaga som i sammanhanget får betraktas som mycket stor.

Ballonguppstigningarna omgärdades av en intensiv bevakning. De budskap uppstigningarna i sig sände ut förhandlades och gavs mening genom andra medier, vilkas tolkningar vägledde allmänhetens. Vad jag också velat exemplifiera med Jörgen är att pressen på ett grundläggande plan var inblandad i att iscensätta och lyfta upp ballongflygningarna och göra dem till de offentliga masshändelser, som sedan gjordes meningsfulla i spalterna. I bild och text – i dags- och veckotidningar, i ströskrifter och skillingtryck såväl som på varietésenen och Svenska Panoptikon – det var *där* uppvisningarna blev till. Medieformerna befruktade varandra. Det bör uppmärksammas att mediernas innehåll inte oförändrat spreds mellan formerna, utan med varje medium följde en rad konventioner som bidrog till att styra innehållet. Det finns inget egenvärde i att visa i hur många medieformer Rollaflygningen spreds, utan snarare att de många medieformerna bidrog till en mångfacetterad och spretig bild. Exempelvis var betydelseerna i representationerna inte desamma i ett skillingtryck, i dagspressen eller på Svenska Panoptikon. Snarare styrde konventionerna innehåll och tolkningarna; skillingtryckens innehåll var sentimentala sånger om den unge mannens olycka, på Panoptikon var det ett tydligare hjälteporträtt medan Rollahändelsen i dagspressens spalter blev resurser i exempelvis samtidens sedlighetsdebatt.<sup>73</sup> Som Åsa Jernudd visat i fallet med filmen i Örebro är det relevant att även i ballongflygningarnas fall tala om visningskontexter. Att ballongflygningarna i Stockholm runt 1890 var så tydligt kopplade till de i samtiden delvis som tvivelaktiga betraktade varietéerna



bidrog till hur de tolkades. Flera talade här om att ballonguppstigningar borde förbjudas.<sup>74</sup> Till detta bidrog delvis visnings-sammanhanget. Hade olyckan skett vid en flygning med militära eller vetenskapliga förtecken hade sannolikt tolkningen blivit en annan.

Vad som i inledningsskedet för Jörgen var en offentlig iscensättning av sig själv, blev sedan i Rollaspektaklet till en resurs för att återigen märka ut sig, nu som sakkunnig och personlig bekant med både flygaren och arrangören. Han hävdade tolkningsföreträde, vilket han i många fall också erhöll. Jörgens (framhållande av sin) aktivitet och det faktum att han refererades i andra medier, bidrog tveklöst till att generera ekonomisk framgång för den egna tidningen. Än viktigare var kanske att han själv blev omnämnd och omtalad.

Enskilda aktörers strategier och verksamhet har ett visst förklaringsvärde, men för att förstå mediasystemet runt 1890 bör detta kopplas till kontexten av Stockholm i egenskap av gryende storstad. Offentliga publikdragande spektakel, som ballonguppstigningarna är ett exempel på, var avgörande inslag i konstruktionen av huvudstaden i press och visuella medier. Folksamlingarna (föreställda eller faktiska) framstod som ett bevis för Stockholms status som storstad, samtidigt som de orsakade fascination, huvudbry och rädslor i samtiden. Folklivet i staden verkade, menade sociologen Georg Simmel vid denna tid, förändra människans tillvaro i grunden, den fysiska närheten skapade ett andligt och psykiskt avstånd. Staden tenderade att uppsuga individer i ansiktslösa kollektiv, där deras människovärde, både för dem själva och andra, sattes ifråga. För att få en plats att fylla och uppnå självrespekt återstod för storstadsbon, i Simmels ögon, olika former av ”originalitetssträvan, nyckfullhet och förkonstling”. Dessa uppträdanden syftade oavkortat till att undgå anonymiteten, väcka uppmärksamhet och göra tillvaron meningsfull.<sup>75</sup> Denna kontext bidrar med ytterligare perspektiv till förståelsen av Jörgens självhävdelse. Det handlade inte endast om ett reklamjippo, flygningen syftade först som sist till att göra tillvaron meningsfull och att inte uppslukas i massan. Men att masshändelserna alls uppmärksammades och fick en funktion i konstruktionen av staden handlade i grund och botten om deras mediala potential, och medieaktörernas och mediebrukarnas intresse för dem. Om man inte bevittnat Jörgens eller Rollas ballongfärder direkt, gjorde man det

genom att berättelserna om dem spreds i mediasystemet. Genom mediekonsumtionen skapades gemensamma referensramar; de medierade flyguppvisningarna blev hållpunkter för stadens invånare att enas kring, någonting som hade potential att bryta främlingskapet. I de av varandra intimt beroende medierna fokuserades, och skapades, personligheter som tycktes sticka ut från mängden.

Det var inte bara ballonger som blåstes upp i Stockholm under åren 1889 till 1890. Mediasystemet hade en förmåga att även blåsa upp andra företeelser till enorma proportioner. Medieskapelserna kunde vara en ballongflygare, en redaktör eller rent av en provinsial huvudstad i Nordeuropa. En huvudsaklig poäng är härvidlag att det inom mediasystemet skapades och spreds föreställningar och erfarenheter som ingrep i och påverkade människors vardag. En annan är att det är genom att i detalj fokusera på enskilda mediehändelser som ett historiskt mediasystem kanske bäst kan synliggöras och bli begripligt. Händelserna spreds i ett brett spektrum av medier, styrda av olika, ibland motstridiga strategier och konventioner, av människor, platser och teknologier.

### Noter

1. Jörgen, "Min ballongfärd", *Figaro* 7/9 1889.
2. För en översikt av särskilt det visuella nöjesutbudet i Stockholm vid denna tid, se Pelle Snickars, *Svensk film och visuell masskultur 1900*, Stockholm 2001, s. 85–95.
3. Anders Ekström "Det vertikala arkivet. Om översiktsmedier och historiska svindelkänslor", i 1897. *Mediehistorier kring Stockholmsutställningen*, Anders Ekström, Solveig Jülich & Pelle Snickars (red.), Stockholm 2006, s. 281.
4. Richard Sennett, *The fall of public man. On the social psychology of capitalism*, New York 1978, s. 125.
5. För exempel på detta perspektiv, se Vanessa R. Schwartz, *Spectacular realities. Early mass culture in fin-de-siècle Paris*, Berkeley, Los Angeles & London 1998, s. 26, och Peter Fritzsche, *Reading Berlin 1900*, Cambridge, Mass. & London 1998, särskilt kap. 1.
6. *Befolkningen i Stockholm 1252–2005. Från 1721 enligt stadens statistiska årsböcker*, Stockholm 2005, s. 57.
7. Mats Franzén, *Den folkliga staden. Söderkvarter i Stockholm mellan krigen*, Lund 1992, s. 57–59.

8. Benedict Anderson, *Den föreställda gemenskapen. Reflexioner kring nationalisms ursprung och spridning*, Göteborg 1992, s. 53.
9. Jämför Fritzsche 1998, kap. 1. Detta har också uppmärksammats i en svensk kontext. Anna-Maria Hällgren argumenterar för att populärkulturens mottagare vid denna tid genom den visuella pedagogiken formades till medvetna och bildade publikker – ”seendegemenskaper”. Anna-Maria Hällgren, *Skåda all världens uselhet. Visuell pedagogik och reformism i det sena 1800-talets populärkultur*, Möklinta 2013, s. 120–124.
10. Jonas Harvard & Patrik Lundell, ”1800-talets medier. System, landskap, nätverk”, i *1800-talets mediasystem*, Jonas Harvard & Patrik Lundell (red.), Stockholm 2010, s. 9. Se även den senares bidrag i denna antologi.
11. Snickars 2001, s. 16.
12. Åsa Jernudd, *Filmkultur och nöjesliv i Örebro 1897–1908*, Stockholm 2007, s. 162–164.
13. Björn Ivarsson-Lilieblad, *Moulin Rouge på svenska. Varietéunderhållningens kulturhistoria i Stockholm 1875–1920*, Linköping 2009, s. 212–215, 266.
14. I olika sammanhang spelades revyer och varietéstycken där pressens medarbetare tolkades på scenen. På Mosebacke spelades exempelvis Jörgen 1898. ”Hr Lorenz mask är förvillande lik vår utmärktes” hette det i *Figaro*, 24/9 1898.
15. ”Ballonguppstigning”, *Kalmar* 8/7 1889.
16. ”Ballonguppstigning”, *Kalmar* 8/7 1889. Ström 2005, s. 57.
17. A.E., ”För dagen”, *Kalmar* 20/7 1889.
18. Jörgen, ”Böra ballongfärder förbjudas?”, *Figaro* 7/6 1890.
19. Johan Jarlbrink & Andreas Nyblom, ”Aviatik och journalistik. Flygbaronen och medierna kring 1910”, *Scandia* 2012:2, s. 13–39. Se även *Illustrerad Familj-Journal* 1884:43, där en bildserie med titeln ”Om femtio år” återfinns och konstnären tänker sig att man som resenär skulle kunna korsa haven i en ”uthyrnings-reseballong”. Om det heroiska i ballongfärder, se Ekström 2006, s. 286–291.
20. Jörgen, ”Om ballongfärder”, *Figaro* 27/7 1889.
21. Ingemar Oscarsson, ”Hugo Nisbeth och *Det nya riket*. En punktstudie i Strindbergs förhållande till pressen”, i *I musernas sällskap. Konstarter och deras relationer*, Bernt Olsson, Jan Olsson & Hans Lund (red.), Höganäs 1992, s. 620–621.
22. *Figaro* 5/1 1895.
23. Karl Hjalmar Lundgren, ”Ur pressens krönika. Anteckningar och reflexioner”, i *Publicistklubben*, Stockholm 1924, s. 377.
24. Andreas Nyblom, *Ryktbarhetens ansikte. Verner von Heidenstam, medierna och personkulten i sekelskiftets Sverige*, Stockholm 2008, s. 272. Min kursivering.
25. Annons för Mosebacke Etablissement, *Dagens Nyheter* 28/8 1889.
26. Se till exempel ”Ballongfärd”, *Norra Skåne*, 2/9 1889; *Kalmar* 31/8 1889.

27. "Luftseglaren Feller", *Vårt Land* 29/8 1889.
28. "Ballonguppstigningen", *Svenska Dagbladet* 29/8 1889.
29. Figaro, "P. S. Vår luftfärd", *Figaro* 31/8 1889.
30. "Den senaste ballonguppstigningen", *Vårt Land* 31/8 1889.
31. Jörgen, "Min ballongfärd", *Figaro* 7/9 1889.
32. Jörgen, "Min ballongfärd", *Figaro* 7/9 1889. Det latinska citatet, ungefär:  
Kejsare! De åt döden vigda hälsa dig.
33. Jörgen, "Min ballongfärd", *Figaro* 14/9 1889.
34. "Luftskepparhistorier", *Budkaflen* 6/9 1889.
35. Jörgen, "Min ballongfärd", *Figaro* 7/9 1889.
36. Daniel J. Boorstin, *Skenbilden. Vad som hänt med drömmen om Amerika*, Stockholm 1968, s. 14–15, 44–45.
37. Daniel Dayan & Elihu Katz, *Media events. The live broadcasting of history*, Cambridge, Mass. & London 1994, kap. 1 och 2.
38. Jämför Ekström, Jülich & Snickars 2006, s. 8.
39. "Ballongfärd", *Norra Skåne* 2/9 1889.
40. Jämför Harvard & Lundell 2010, s. 8.
41. Jörgen är en av många i samtiden som uttrycker sådana föreställningar om ballongens framtid. Se till exempel Jörgen, "Rolla. I. Böra ballongfärder förbjudas?", *Figaro* 7/6 1890; Ekström 2006, s. 281.
42. John All., "Revy", *Kalmar* 21/9 1889.
43. Se till exempel "Pressrevy", *Figaro* 7/5 1892.
44. "Figaro", i *Nordisk familjebok. Konversationslexikon och realencyklopedi*. Ny, rev. och rikt ill. uppl., Stockholm 1908. Staffan Tjerneld hävdar att upplagan under Jörgens ledning låg omkring 2 000 exemplar, dock utan referens. Staffan Tjerneld, *Hasse Z. En svensk humorist*, Stockholm 1962, s. 68.
45. Erik Lindorm, *Oscar II och hans tid. En bokfilm*, 1934; Stockholm 1977, s. 261.
46. Emil Norlander, *Rännstensungar och storborgare*, Stockholm 1924, s. 121–124.
47. Mark B. Sandberg, *Living pictures, missing persons. Mannequins, museums, and modernity*, Princeton & Oxford 2003, s. 46.
48. Schwartz 1998, s. 108.
49. Det förefaller vara en tämligen svår uppgift att finna någon tidning som inte skrev om Rollaolyckan sommaren 1890. Se till exempel *Aftonbladet*, *Dagens Nyheter*, *Stockholms-Tidningen*, *Svenska Dagbladet* 31/5–6/6 1890.
50. Jörgen, "Rolla", *Figaro* 7/6 1890.
51. Jörgen, "Rolla", *Figaro* 7/6 1890.
52. Endymion, *Rollas sista helsning*, Stockholm 1890, avsedd att sjungas till melodin "Jag icke någon vällust känner".
53. *Genom molnen till evigheten. Kapten Rollas sista färd*, Stockholm 1890.
54. "Ny ful spekulation i Rollas död.", *Figaro* 7/9 1890.
55. Jörgen, "Rolla", *Figaro* 7/6 1890.

56. Jan Garnert, *Hallå! Om telefonens första tid i Sverige*, Lund 2005, s. 75–77, 155. Bells telefontät var det äldsta och var dyrare att använda än Allmänna bolagets som i samarbete med L.M. Ericssons teknik konkurrerade ut Bells och köpte detta 1888, även om Bells separata nät var i bruk fram till 1908.
57. Jörgen, ”Rolla”, *Figaro* 7/6 1890.
58. Se exempelvis *Stockholms-Tidningen* 31/5 och 2/6 1890.
59. Bertil Thorngren, ”Telekommunikationer och samhällsutveckling”, i *Hallå, hallå! Rapport från ett symposium om telekommunikationernas samhällsroll*, Björn Fjaestad (red.), Stockholm 1977, s. 18.
60. Garnert 2005, s. 135–36, 192.
61. Jörgen, ”Rolla. V. Natten. Vid Mosebacke telefon”, *Figaro* 7/9 1890.
62. Jämför Vanessa R. Schwartz välargumenterade tes att parisarna kunde identifiera sig som ett storstadskollektiv genom medierade spektakel, i Schwartz 1998, till exempel s. 41–42.
63. *Aftonbladet* 30/5 1890.
64. För en ingående studie av denna, se Johan Jarlbrink, ”En tidningsläsares dagbok. Allan Holmströms klipp och läsvanor 1877–1962”, i *Presshistorisk årsbok* 2010.
65. Allan Holmströms arkiv, ACC.NR 1994/010:1, Nordiska museets arkiv.
66. Eva Åhrén Snickare, *Döden, kroppen och moderniteten*, Stockholm 2002, s. 159–167.
67. Schwartz 1998, s. 45–47.
68. Schwartz 1998, s. 87.
69. Jörgen, ”Rolla”, *Figaro* 14/6 1890.
70. Jörgen fick fullt upp med att göra uttalanden till tidningarna om Rollas karaktär, trots att de gjort varandras bekantskap först den 18 maj. Jörgen, ”Rolla”, *Figaro* 14/6 1890.
71. Ivarsson Lilieblad 2009, s. 212, Birgit Petersson, ”Tidningar som industri och parti”, i *Den svenska pressens historia, II. Åren då allting hände (1830–1897)*, Karl Erik Gustafsson & Per Rydén (red.), Stockholm 2001, s. 242.
72. Jörgen, ”Rolla”, *Figaro* 14/6 1890.
73. Dagspressen kopplade ihop Rollaolyckan med varietéernas negativa inverkan på samhället i allmänhet. Särskilt tydliggjordes detta genom vad de dagliga tidningarna uppfattade som ett omoraliskt sätt att göra reklam och tjäna pengar på Rollas ofärd från ledningen av Mosebacke Etablissement. För detta, se exempelvis ”Mosebacke, pressen och allmänheten. En förklaring och ett förhör”, *Dagens Nyheter* 2/6 1890, och ”Från allmänheten”, *Aftonbladet* 2/6 1890.
74. Jörgen, ”Böra ballongfärder förbjudas?”, *Figaro* 7/6 1890.
75. Georg Simmel, ”Storstäderna och det andliga livet”, i *Hur är samhället möjligt? Och andra essäer*, Göteborg 1995, s. 206.

# Objektiv journalistik i bandspelarens tidevarv

JOHAN JARLBRINK

”Men det geografiska läget påverkar oss, Sverige är en demokrati – vi bildar den yttersta gränsen, men vi har som tur är finnarna.” Så uttalande sig Sveriges försvarsminister i oktober 1981, centerpartisten Torsten Gustafsson. Eller så gjorde han *inte* det. Det var Tidningarnas Telegrambyrå (TT) som gjort intervjun som publicerades i *Dagens Nyheter* den 19 oktober detta år. Bredvid artikeln fanns en ruta där försvarsdepartementets informationschef förklarade att vad ministern *egentligen* hade sagt var följande: ”Vi bildar jämte Finland gränslinjen mellan öst och väst i norra Europa.”<sup>1</sup>

Frågan om vad försvarsministern sagt och inte sagt var känslig. Under sommaren hade säkerhetsläget runt Östersjön diskuterats. I augusti hade det avslöjats att höga svenska officerare fått militär utbildning i USA och försvarsministern hade i en kommentar förklarat: ”Även om vi betraktar oss som neutrala, så vet vi var vi hör hemma” – ett citat han i ett skriftligt klargörande dagen efter menade gav ”en delvis missvisande bild av min uppfattning”.<sup>2</sup> Vad försvarsministern verkligen sagt i oktober 1981 var alltså av stort intresse. En skillnad mellan de olika intervjuerna var emellertid att den senare hade spelats in på band. När ministern förnekade sitt uttalande lämnade TT över bandet till Sveriges Television med följderna att man redan samma kväll kunde höra Gustafssons stämma i *Aktuellt*: ”vi har som tur är finnarna.”<sup>3</sup>

Bandspelaren förändrade förutsättningarna för både intervjuare och intervjuad, men det var långt ifrån självklart hur inspelningarna skulle användas och förstås. Var det etiskt försvarbart att använda bandspelaren på det sätt som TT-journalisten hade gjort? Och varför var det

viktigt för journalisten att ge offentlighet åt ett yttrande som den intervjuade menade var missvisande?<sup>4</sup>

När journalister började ta bandspelare i bruk hade tekniker för ljudinspelning redan funnits i omkring etthundra år. För tidningsjournalister, intervjupersoner och läsare uppfattades tekniken ändå som en nyhet. Bandspelaren innebar nya sätt att lagra, lyssna och bevisa. Det som i dag till stor del tas för givet var vid teknikens introduktion ännu ovisst och oprövat. Hur tekniken skulle användas och vilka möjligheter och villkor den skapade behövde utforskas och diskuteras. Under 1970- och 1980-talen fördes återkommande diskussioner om bandspelarens rätta användning i Journalistförbundets tidning *Journalisten*. Tekniken kommenterades också i handböcker, och i dagspressen kunde bandspelaren i sig bli en nyhet, som i oktober 1981. Syftet i detta kapitel är att med utgångspunkt i dessa tidiga diskussioner undersöka hur bandinspelningar fick betydelse som bevis och hur detta påverkade nyhetsvärderingarna, journalisternas roller och villkoren för intervjupersoner. Sätten som bandspelaren betraktades och användes på uppvisar flera likheter med äldre journalistiska tekniker för att minnas och bevisa, men det finns också flera skillnader mellan den nya tekniken och de gamla. För att tydliggöra såväl förändring som kontinuitet kommer jag att inleda med att beskriva två tekniker som föregick bandspelaren: journalistens kropp och anteckningsblock.

I forskningen om journalistikens tekniker är det nästan enbart de ”stora” teknikerna som behandlas: tryckpressarna, telegrafan, radio- och tevenäten, datorer och internet.<sup>5</sup> De ”små” teknikerna glöms ofta bort, som pennan och anteckningsblocket, skrivmaskinen och bandspelaren. Ändå finns det mycket som talar för att de små vardagsteknikerna har stor betydelse för den journalistik som produceras.<sup>6</sup> Colette Snowden menar i sin analys av telefonen att det är svårt att tänka sig journalistiskt arbete utan telefon. Men att telefonen är allstädes närvarande gör också att den blir osynlig – och utforskad. Genom sin vardaglighet har tekniken blivit naturaliserad. Detta betyder emellertid inte att tekniken är neutral – telefonintervjuer är till exempel något annat än intervjuer ansikte mot ansikte.<sup>7</sup> Min utgångspunkt är att det är med tekniker som telefon och bandspelare (och pennor och datorer och kameror) som journalistik *görs* och att olika tekniker resulterar i

olika typer av journalistik. Samtidigt är också tekniken något som görs, den får betydelse genom användning och förhandling.

Journalistens bandspelare kan ses som ett exempel på vad Bruno Latour omnämner som en ”svart låda”. Tekniker som blivit en del av vardagen och fungerar som vi vant oss vid tenderar att bli osynliga på grund av att de är fullt integrerade i rutinsysslor. Användarna behöver sällan reflektera över teknikens betydelse, den bara finns, och kanske uppfattas den inte ens som en teknik. En metod för att synliggöra det osynliga är att studera den svarta lådan innan den har stängts igen, eller då den av någon anledning vållar besvär och måste öppnas. När en teknik är ny pågår en förhandling om hur den ska användas och förstås. Användarna måste instrueras i hur den ska hanteras och tillverkarna lyfter fram varför den behövs.<sup>8</sup> Inom mediehistorisk forskning är det ofta detta inledningsskede och de diskussioner som då fördes som studeras – så även här.<sup>9</sup> Men för att tydliggöra bandspelaren som en ny teknik kommer jag alltså att backa bandet och inleda med två äldre journalistiska tekniker.

### Före bandspelaren. Anteckningsblocket och kroppen

Fonografen, den teknik för ljudinspelning och ljudåtergivning som Thomas Edison uppfann 1877, blev mycket omskriven i tidens tidningar, men tycks inte i någon större utsträckning ha använts av tidningarna själva.<sup>10</sup> År 1888 berättades att tidningen *New York Worlds* redaktör läst in ett tal på fonografrullar som sedan skickades till sätteriet för att sättas ”efter gehör”, men det hörde snarast till det slags tillfälliga experiment och uppvisningar som var vanliga under teknikens första tid.<sup>11</sup> Det dröjde innan inspelningsapparaturen på allvar började användas på redaktionerna. Att fonografen användes för att läsa in tal för utskrift var annars följdriktigt eftersom det var som en diktafon för kontorsbruk som Edison lanserade fonografen.<sup>12</sup> Senare användes apparaten för liknande ändamål på tidningsredaktioner. Så sent som 1959 heter det i Set Poppius och Sven Janssons lärobok *Journalistik: ”Telefonmottagningen sker numera på de flesta håll via dikteringsmaskin. En vanlig typ är edifonen”*.<sup>13</sup> Telefonmottagning innebar att en reporter på fältet ringde upp redaktionen och läste upp den artikel han



eller hon hade författat. Exempel på att fonografen användes av reportrar *på* fältet, för att spela in intervjuer och annat, är däremot svårare att hitta. Att det förekom kan inte uteslutas eftersom antropologer och etnologer i fält – en yrkesgrupp som påminner om reportrar – hade börjat använda fonografer redan på 1890-talet. Apparaterna var tunga, men de gick att bära med sig och kunde alltså brukas i fält.<sup>14</sup> Kanske använde också en del reportrar tekniken, men det är i så fall en användning som lämnat få spår.

En betydligt vanligare teknik för att registrera och minnas var pennen och anteckningsblocket. Den nya journalistroll som etablerades i Sverige kring sekelskiftet 1900, och i USA några decennier dessförinnan, var i hög grad förknippad med anteckningsblocket. Blocket användes ofta som symbol för reportern som rörde på sig och beskrev vad han eller hon själv hade sett, hört och upplevt. Tidigare hade tidningsarbetet till stor del inneburit att de redaktionella medarbetarna satt vid sina skrivbord och skrev eller klippte texter. Det var saxen som var symbol för arbetet, inte anteckningsblocket. För reportrar som behövde skriva på plats i verkligheten krävdes andra arbetsredskap och det var blocket som blev deras teknik och signum. I sina texter betonade de inte sällan att de verkligen varit på plats och beskrev vad de själva varit med om.<sup>15</sup>

Stenografin tycks inte ha varit allmänt förekommande inom den svenska pressen, men den är ändå intressant eftersom den visade papperets och skriftens möjligheter att bevara det muntliga talet. När tekniken framhövdes som ett journalistiskt redskap var det mot bakgrund av dess förmåga att återge ”korrekt och tillförlitligt”. En förespråkare år 1907 menade att som skicklig stenograf ”kan jag *lita* på att hvad som står i mina anteckningar det *har* talaren sagt”. Och om en talare efteråt kom och klagade på att referatet var missvisande var det bara att hänvisa till anteckningarna som visade ”att han verkligen sagt så”. Med stenografi och anteckningsblock ”binder och bevarar man ju på papperet just det omedelbara i replikerna, så att de sedan beträffande ord och vändningar etc. kunna återgifvas precis med samma stämning öfver sig som talaren själf hade och åsyftade”.<sup>16</sup> Bandspelaren skulle långt senare framhåvas gentemot anteckningsblocket med nästan exakt samma formuleringar som en gång motiverat papperstekniken.

Användningen av anteckningsblock var dock aldrig okontroversiell. Som Michael Schudson noterat kunde anteckningsblocket betraktas som en teknik för nybörjarreportern. Ett synligt block röjde att man var reporter och gjorde att man hade svårare för att smälta in. Dessutom var vissa intervjuobjekt "note-shy" och tystnade så fort penna och papper togs fram. "Riktiga" reportrar använde bara sitt eget minne.<sup>17</sup> Att den individuella minneskapaciteten hade denna ställning är typiskt för den journalistik som framhävde reporterns kropp som yttersta referens. Géraldine Muhlmann har beskrivit en framträdande reportertyp kring sekelskiftet 1900 som en "vittnesambassadör". För reportern som rapporterade till läsare som inte själva varit närvarande gällde det att skapa trovärdighet genom att redogöra för vad den egna kroppen – det ultimata vittnet – hade registrerat. Reporterns kropp och sinnen fick fungera som ställföreträdande vittne som förmedlade vad som upplevts, beskådats och hörts. Kroppen sågs som en tillförlitlig källa eftersom den inte kunde ljuga, därtill gjorde sinnesintrycken att vittnesmålen blev "universellt" förståeliga. Att komma fysiskt nära det som skulle bevittnas, att själv bli en del av händelserna och att passivt låta sig översköljas av intryck, gjorde att reportern kunde komma åt sanningen bortom åsikterna: "det är alltid reporterns kropp som bevisar äktheten [...], alla känslor är 'sanna', och det är tillräckligt att låta sig själv vägledas av dem".<sup>18</sup> Exempel på vittnesambassadörer hittar Muhlmann i bland andra de franska reportrarna Séverine och Albert Londres, samt i amerikanska Nelly Bly. Ständigt återkom de i sina texter till vad de själva sett och hört, vad de upplevt. Birgitta Ney har i sin forskning om Lotten Ekman uppmärksammat en likande reporterroll. Också svenska reportrar "måste ut som individer för att samla sina intryck".<sup>19</sup>

När den egna kroppen användes som referens och redskap fungerade den som en maskin som registrerade och lagrade sinnesintryck – det vill säga som en fonograf. Ljud registrerades på fonografrullarna genom att ljudvågorna satte en nål i rörelse vilken ristade in spår i rullens mjuka vax. På samma sätt tänkte sig vissa fysiologer och filosofer i slutet av 1800-talet att den mänskliga hjärnan fungerade: sinnesintrycken ristades in i hjärncellerna likt fonografnålen i vax. "Utifrån detta perspektiv vore det varken särskilt oprecist eller förbryllande att beskriva hjärnan som en fulländad fonograf – en tänkande fonograf",

konstaterade den franske filosofen Jean-Marie Guyau år 1880.<sup>20</sup> Med en annan medieteknik i åtanke beskrev den framstående journalisten Ray Stannard Baker 1899 hur en reporter tog ”hjärnfotografier”.<sup>21</sup> Med fonograf och fotografi som modell använde reporterarna kring sekelskiftet sina egna kroppar för att registrera och överföra sinnesintryck. Det var inte länge sedan naturvetenskapen och medicinen hade visat samma tillit till forskarnas egna sinnen som sanningens referens. Vetenskapsmannen skulle utnyttja sin ”waxlike receptivity” för att ta in och återge verkligheten.<sup>22</sup> Inom journalistiken anslöt man sig till denna naiva empirism.<sup>23</sup> Reportern klarade sig utan fonograf för att han eller hon själv fungerade som en.

Den naiva empirismen kom dock att ifrågasättas. Muhlmann lyfter bland annat fram den amerikanske journalisten Lincoln Steffens tvivel. Enligt honom handlade journalistiken alltför mycket om att beskriva yta och symptom men borde i stället försöka avslöja bakomliggande strukturer och system. Att som reporter passivt låta sig översköljas av verkligheten var inte rätta metoden att avslöja strukturer.<sup>24</sup> Schudson har även pekat på erfarenheterna av första världskrigets propagandametoder och framväxten av pr som hot mot tidigare ideal. Såväl krigspropagandan som pr-kampanjerna gjorde det tydligt att bilden av verkligheten kunde förvrängas och att journalister liksom andra människor var lätta att lura. I stället för passiva rapporter krävdes kunskap, tolkning och undersökning.<sup>25</sup> De kritiker som Muhlmann och Schudson refererar tycks inte ha ägnat de journalistiska teknikerna någon uppmärksamhet. Men att som vittnesambassadörerna helt förlita sig på den egna kroppen stämde dåligt överens med den journalistik de efterfrågade. Att idealen hade förändrats några decennier in på 1900-talet märktes inte minst i en dansk handbok från 1928 där en mer aktiv journalistroll beskrevs. Det var inte tillräckligt, hävdades det, ”bare at modtage og afleverere Udtalelserne som en Grammofonplade”.<sup>26</sup>

När den egna kroppen inte längre kunde användas som referens med samma självklarhet blev det anteckningsblocket som fick inta rollen som minne och vittne. Vissa menade att anteckningarna framhävde detaljerna framför helheten, men block och penna kom ändå att hålla ställningarna under lång tid. En del intervjuobjekt började exempelvis kräva att journalisterna förde anteckningar, som ”säkerhet”.<sup>27</sup> Om det

tidiga 1900-talets reportrar själva fungerade som fonografer var det snarast deras anteckningsblock som hade denna funktion senare under seklet. Blocket gjorde det möjligt att registrera exakt vad som hade sagts, och om tvivel uppstod användes anteckningarna som bevis. I flera av 1900-talets största avslöjanden har tekniken varit helt central. När Günter Wallraff återgav sida upp och sida ner med intervjusamtal i sin bok om Springerpressen var det med hänvisning till att detta hade han antecknat i sitt block: ”Jag återger det i samma skick jag nedtecknat det för att behålla det spontana intrycket.”<sup>28</sup>

Betydelsen av anteckningar blev emellertid ännu tydligare i ett annat 1970-talsavslöjande: Watergateaffären. Berättelsen om Carl Bernsteins och Bob Woodwards sökande efter sanningen i boken och filmen *All the president's men* är till stor del en berättelse om informationssökning. Läsaren och tittaren får följa deras telefonsamtal, sökningar i telefonkataloger, personalförteckningar och telefonbolagens listor över abonnenter och deras samtal. I mycket är det ett sökande efter de spår som en byråkratisk organisation lämnat efter sig, och moderna byråkratier efterlämnar alltid pappersspår.<sup>29</sup> Att avslöja innebar att hitta papper som de ansvariga tjänstemännen, juristerna och beslutsfattarna ännu inte hunnit städa undan: ”We got to get something on paper!”<sup>30</sup> Även för journalisterna själva var det viktigt att förteckna och arkivera, de skapade ett parallellt arkiv till den organisation de försökte kartlägga.

[Bernstein] förvarade dokumenten prydligt ordnade i mappar försedda med namnen på praktisk taget alla de träffade på. Ämnesvisa mappar upprättades också. Woodwards arkivering var mindre formell, men båda höll fast vid en bestämd regel: de kastade ingenting och sparade alla sina anteckningar och tidiga artikelutkast. Snart hade de fyllt fyra arkivskåp.<sup>31</sup>

De egna anteckningarna var en viktig del av kartläggningen. I filmen bär de ständigt anteckningsblocken med sig, och Woodward har till och med ett block på nattduksbordet när han sover. Allting skrivs ner och ständigt återkommer man till vad anteckningarna innehåller och inte innehåller: ”These notes on the White House librarian, are they accurate?” När något väl har nedtecknats kan det infogas bland de övriga dokumenten och användas som bevis:

- Did he say that?
- He said it, I got it in my notes.
- Jesus!
- It's down on record, Bernstein!<sup>32</sup>

Journalisterna arbetade alltså med anteckningsblock. Det som slutligen och ironiskt nog föllde president Richard Nixon var emellertid de bandinspelningar han själv låtit göra av sina samtal i Vita huset.

### **Bandspelaren. Nya generationen block och penna**

Mot bakgrund av anteckningsblockets starka ställning som journalistisk minnesteknik var det inte konstigt att den portabla magnetbandspelaren lanserades just som ett anteckningsblock när den för första gången marknadsfördes i tidningen *Journalisten* 1965. ”2.200:- för ett anteckningsblock?”, löd rubriken. IBM Portabel 224 var ett ”anteckningsblock, som aldrig glömmes. Som alltid fungerar. Som man bara talar till.”<sup>33</sup> När bandspelaren beskrevs som ett anteckningsblock var det emellertid något oklart vad man egentligen betalade för. Också anteckningsblocket av papper (en beskrivning som tidigare skulle ha varit helt meningslös) användes ju som en pålitlig och enkel minnesteknik.

Det nya mediets relation till det gamla kan förstås som en form av remediering. I boken *Remediation* diskuterar Jay David Bolter och Richard Grusin hur medier fungerar enligt endera av två logiker – direkt mediering respektive hypermediering. Ett medium som fungerar enligt den förstnämnda logiken osynliggör den egna medieringen och skapar en illusion av att betraktaren – eller lyssnaren – får del av den icke-medierade verkligheten. Hypermedieringen synliggör i stället själva medieringen och hur representationen av verkligheten är medialt konstruerad.<sup>34</sup> Annonser för bandspelaren 1965 framhäver i viss mån både den direkta medieringen och hypermedieringen. Genom att liknas vid en gammal medieteknik osynliggjorde annonserna vad den nya tekniken tillförde: bandspelaren var ett anteckningsblock, och anteckningsblock var alla journalister vana vid. Bandspelarens inträde innebar alltså ingen större förändring. Men inspelningstekniken var sam-

tidigt något mer, den var ett anteckningsblock ”som aldrig glömmet”:  
”Den minns allt Ni säger till den. Och den återger det med finaste ljudkvalitet.” Annonserna sade det inte rakt ut, men indirekt förstod läsaren att anteckningsblocket av papper var något som kunde glömmas och som *inte* återgav allt – vilket inte alls var självklart när blocket var det enda minne som fanns utöver journalistens eget minne.

Bandspelaren framställdes som ett anteckningsblock, men utan blockets brister: den återgav allt, verkligheten själv. I senare annonser underströks detta ytterligare. Olympus Pearlrecorder från 1976 var ”den nya generationen block och penna. Den gör ett bättre jobb”. När reportern kom tillbaka till skrivmaskinen hade han eller hon inte bara ”fakta och ledord” i ett anteckningsblock utan ”varenda nyans” fångad på band: ”Och du har stämningen från 2:dra raden, rinken, riksdagen, mottagningen.”<sup>35</sup> Jämfört med anteckningsblocket möjliggjorde inspelningstekniken alltså en direkt mediering. Att inspelat ljud representerade autentisk verklighet var en tanke som fick stort genomslag redan när fonografen och grammfonen lanserades.<sup>36</sup> Annonserna från 1960- och 1970-talen skrev in bandspelaren i denna tradition. Att konstnärer, musiker och författare i decennier använt bandspelaren för att i stället redigera och manipulera uppmärksammades inte, det var som bärbar, levande verklighet inspelningarna betraktades.<sup>37</sup>

Tekniken att spela in ljud på magnetband – eller tråd – uppfanns redan i slutet av 1800-talet, men först under 1930-talet började bandspelare tillverkas för en större användarkrets.<sup>38</sup> Ett tidigt svenskt exempel på att en skrivande journalist använde sig av trådbandspelare var när Sid Rommerud tog med sig en Luxor Magnefon på sin afrikanska reportageresa 1951. Tidskriften *Trådnytt* rapporterade att den bland annat användes under en intervju med Haile Selassie, och att kejsaren blivit så förtjust att han beslutat att köpa in en likadan till sitt palats. På fotografiet av intervjusituationen framgår att bandspelaren som placerats på golvet ännu var en betydande pjäs och inget man bar runt på.<sup>39</sup> Under 1950- och 1960-talen kom emellertid flera modeller som var lätta att bära med sig. Jesper Olsson har beskrivit hur de mobila bandspelarna användes av ”ljudjägare” som i vetenskapliga, konstnärliga eller andra syften dokumenterade människor och platser. Den amerikanske journalisten Stud Turkels inspelningar i Chicago under



När journalisten Sid Rommerud intervjuade Haile Selassie 1951 använde han trådbandspelaren Luxor Magnefon. Ur *Trådnytt* 1951:2.

1960-talet nämns som exempel, men i övrigt tycks det i första hand ha varit andra yrkesgrupper – och amatörer – som tog tekniken i bruk.<sup>40</sup> I den svenska läroboken *Journalist i press, radio, tv* från 1967 behandlas bandspelaren kortfattat, men det hävdas då att den används ”ganska sällan vid reportage”.<sup>41</sup>

Min egen genomgång av tidningen *Journalisten* från 1960- och 1970-talen visar på samma frånvaro, eller ointresse: en handfull annonser för nya bandspelarmodeller och några enstaka artiklar, i övrigt ingenting. Av tillverkarnas produktkataloger från 1960-talet framgår ibland att

bandspelare lämpar sig för ”reportage-upptagningar” och intervjuer, men oftare framhävs de som musik- och underhållningsapparater för familjebruk. Först under 1970-talet betonas att vissa modeller är framtagna ”för amatör- och yrkesreportrar”.<sup>42</sup> En anledning till att bandspelarens intåg i journalistiken gick långsamt kan ha varit att det redan fanns en välfungerande teknik för dokumentation av människor och platser: anteckningsblocket. Tillverkarna av bandspelare medgav ju själva att de fungerade ungefär som block och penna. Watergate hade dessutom avslöjats med hjälp av den äldre pappersteknologin. Fördelarna med den nya tekniken var kanske inte helt lätta att förstå sig på.

Ett tecken på att bandspelaren var sällsynt var att den fick stor uppmärksamhet när den väl användes, exempelvis i *FIB aktuellt*s intervju med den spioneridömde Stig Wennerström 1970. Wennerström hade fått tillfällig permission och tidningens reporter tog med honom i en bil där de kunde tala ostört. För att understryka autenticiteten, att Wennerström ”berättar själv”, fanns en stor bild där han sitter i en bil med en mikrofon i handen: ”Han sitter i *FIB*-aktuellt's reportagebil och håller med skakande händer i bandspelarens mikrofon. För första gången talar han fritt.” Artikeln var upplagd som en dialog med både reporterens frågor och Wennerströms svar utskrivna.<sup>43</sup> Wennerström var ett svårfångat intervjuobjekt, och när han väl svarade på frågor ville tidningen förmedla att det verkligen var hans egna ord som återgavs. På samma sätt som i intervjuerna från 1900-talets början blev intervju-situationen i sig – platsen och tekniken – en viktig del av berättelsen.

Samma symbolvärde fick inspelningstekniken när *Aktuellt* spelade upp den bandade intervjun med försvarsminister Gustafsson 1981. Inslaget inleds med att Gustafsson säger att ”vi har som tur är finnarna” samtidigt som kameran zoomar in ett större mixerbord. Därefter zoomar kameran ut, en reporter sänker volymen och konstaterar: ”Ja, så säger faktiskt Torsten Gustafsson”. Ljudet i bild blir det yttersta beviset på vad som ”faktiskt” sagts. En liknande bevisföring använde journalisten Jan Guillou i samlingen *Reporter* 1979. Artikeln ”En match mot Ebbe Carlsson” hade publicerats i tidningen *City* redan året innan, men i bokform bifogades en kommentar som redogjorde för hur texten kom till. Även här har inspelningstekniken en framträdande roll:



Intervjuerna är – utan att de intervjuade vet om det – inspelade på band och citaten fullkomligt exakt återgivna från bandet. Särskilt en sån som Ebbe Carlsson kan lätt ta till knepet med ”det har jag aldrig sagt” om ett uttalande i efterhand framstår som olyckligt eller dumt. Då tar man fram bandet och nitar skurken en gång till.<sup>44</sup>

Det faktum att tekniken visades upp, kommenterades och ibland fick en huvudroll tyder på att den uppfattades som något utöver det vanliga. Det normala tycks inte ha varit att bandspelare användes, och när de väl användes blev den en nyhet i sig själv. Guillous texter och kommentarer hade dessutom det explicita syftet att lansera och förklara den amerikanska journalistikens metoder, för att bidra till ”den diskussion som ska forma 80-talets journalistik”.<sup>45</sup>

Att tekniken var ny innebar även att farorna och användningsområdets gränser uppmärksammades. Var det lagligt att som Guillou spela in telefonsamtal utan att berätta det för den man ringt upp? *Journalisten* beskrev problematiken i en artikel 1976, ”Hur långt får vi gå när vi lyssnar och fotograferar?” Året innan hade det kommit en ny lag om olaga avlyssning. Att spela in samtal som man själv deltog i var inget lagbrott. Det var också lagligt att spela in alla samtal på allmän plats. Vad som var att betrakta som allmän plats var dock inte helt klart. I ett aktuellt fall hade *Expressen* utrustat en ishockeyspelare i Leksands IF med mikrofon och sändare för att kunna spela in och publicera vad som sades under pågående match. En åklagare bedömde att rink och spelargång var enskild plats, men eftersom ingen av spelarna ville driva ärendet fick målet läggas ner. Det som *Journalisten* beskrev som det stora hotet var annars den mer spektakulära avlyssningsutrustningen – små mikrofoner som kunde gömmas i manschettknappar och cigarettändare, och avståndsverkande mikrofoner, så kallade ljudkikare, som kunde registrera ljud på etthundra meters håll.<sup>46</sup> Den utrustning som diskuterades kände flera läsare säkert igen från Francis Ford Coppolas film *Avlyssningen* från 1974. Vad som var att betrakta som spionutrustning förändrades dock över tid. I 1900-talets början beskrevs intervjuandet med block och penna ibland som en form av spionage.<sup>47</sup> Men 1976 var anteckningsblocket ingen kontroversiell teknik längre. ”Om man t.ex. avlyssnar ett samtal genom att lyssna vid en dörr och an-

teckna för brinnande livet så är risken liten att man kan fällas”, konstaterade tidningen.<sup>48</sup>

Frågan om vad som var rätt att spela in och publicera återkom när TT:s intervju med försvarsministern debatterades 1981. Men här gällde det inte vad som var lagligt utan vad som var etiskt korrekt. *Dagens Nyheter* – den tidning som först publicerat intervjun – menade på ledarplats att det var ”en hänsynslös form av nyhetsförmedling” att spela upp den bandade intervjun för tevetittarna.<sup>49</sup> *Svenska Dagbladet* instämde i kritiken och menade att ”politiker och makthavare måste i eget intresse stänga dörrarna och låsa dem med dubbla lås, närhelst en av TT:s medarbetare uppenbarar sig beväpnad med bandspelare”.<sup>50</sup> 1981 var det alltså långt ifrån självklart att spela upp och använda en inspelad intervju om en makthavare inte gav sitt godkännande. Detta förändrades emellertid snabbt. Någon som borde ha känt till vad som gällde var *Aftonbladets* tidigare chefredaktör som gått vidare och blivit statssekreterare. Tidningen *Journalisten* gjorde 1987 ett stort nummer av att han vägrade att låta sig intervjuas per telefon om samtalet spelades in: ”Det här är ett rent jävla övergrepp”, citerade tidningen från den bandade telefonintervjun.<sup>51</sup> *Journalistens* chefredaktör konstaterade dock att bandspelaren nu var att betrakta som ett normalt journalistiskt arbetsredskap: ”Att ta upp viktiga intervjuer på band är en normal journalistisk metod och den bör inte nu för tiden förvåna någon som ofta har kontakt med press, radio eller TV.”<sup>52</sup> 1987 hade bandspelaren blivit lika självklar som en gång anteckningsblocket.

**Vad man menar och vad man säger.  
”Ett ögonblick ska jag backa bandet”**

Den nya tekniken kom att påverka nyhetsvärderingen. När TT valde att offentliggöra inspelningen med försvarsminister Gustafsson 1981 startade en debatt om vad det egentligen var journalister borde intressera sig för: vad någon *menat* eller vad någon *sagt*. Inspelningen bevisade vad Gustafsson hade sagt, men han hade enligt honom själv inte sagt vad han hade menat. Före intervjun hade han utlovats möjligheten att läsa igenom den utskrivna texten och korrigera eventuella faktafel. Formuleringen ”vi har som tur är finnarna” var just ett faktafel, menade



## Olympus Pearlcorder är den nya generationen block och penna. ✂

Block och penna har länge varit journalistens enda redskap. Olympus Pearlcorder är den nya generationen block och penna.

Den gör ett bättre jobb.

När du kommer hem till skrivmaskinen har du inte bara fästa och ledod utan väsende nyans.

Och du har stämningen från andra raden, rinken, riksdagen, motstämningen.

Du har fortfarande samma frihet som med block och penna. Du ser den i hel skala här på bilden. Diskret och smidig. Ultra Slim -

diskret amerikanarna.

Microcasseten ger dig 60 minuters speltid. Du sköter handspelaren med bara tummen. Ljudet blir du överraskad av, så bra är det. Du kan lyssna antingen till den inbyggda högtalaren eller med öronmusslan som tillbehör.

Olypus. Fråga dina fotografkollegor vad de vet om Olympus.

Extra i 14 dagar.

Priset för Pearlcorder är 785,- exkl. moms. Du som svarar innan 14 dagar från nu får "Myggen" - rocklagsmikrofonen värd 125,- på köpet.

Ja tack!

Jag passar på och tar en utbildande med i Pearlcorder och i rocklagsmikrofonen för bara 785,- exkl. moms.

Jag vill återkomma till... i ett exemplar till i 14 dagar.

Jag ber er sända detta med postförskott snarast.

Namn

Titel

Adress

Postadress

Svenska Postverket till Olympus Optical AB, Box 12006, 101 23 Malms 11, Tel. 08093.10.10

Ur *Journalisten* 1976:10. Reproducerad med tillstånd av Olympus Sverige AB.

Gustafsson.<sup>53</sup> Ledarskribenterna på både *Dagens Nyheter* och *Svenska Dagbladet* gick helt på försvarsministerns linje. *Dagens Nyheter* skrev att den "som ges tillfälle att i förväg granska en intervju bör rimligen tillåtas ge en bättre formulering av sin egen uppfattning, om de tidigare ordalagen var illa genomtänkta".<sup>54</sup> I *Svenska Dagbladet* hette det att "det för TT intressanta måste rimligen vara att korrekt återge den intervjuedes åsikter".<sup>55</sup> Försvarsministeriets informationssekreterare ville

ha klara besked inför framtida intervjuer: ”Är det för TT viktigare att till varje pris publicera en oklar mening som kan vålla den intervjuade skada än att ge läsande allmänhet en korrekt bild av den intervjuades åsikter och värderingar?”<sup>56</sup> TT:s vd Sven Gerentz svarade att det viktiga var att ”ge läsaren en korrekt bild av den intervjuades uttalanden som gjordes vid intervjutillfället”.<sup>57</sup>

Enligt TT var det alltså själva uttalandet som var det viktiga, inte vad någon menat men inte sagt. För den journalist som förlitade sig på bandspelaren var detta inget märkligt. Det som spelades in var vad som sagts. Vad som menats men inte sagt kunde däremot inte registreras på magnetbanden. Förskjutningen av intresset, från det menade till det sagda, påminner mycket om de förändrade vetenskapsideal under 1800-talet som Lorraine Daston och Peter Galison beskrivit. Under 1700-talet och 1800-talets första halva vägledades naturvetenskapen av en vilja att vara ”sann mot naturen”. Detta innebar emellertid inte att man bara skulle beskriva världen så som den såg ut, det handlade snarare om att fånga naturens idé. Bortom naturens mångfald fanns något verkligare, och det var detta som vetenskapsmännen hade i uppgift att beskriva. I de vetenskapliga bildverk som Daston och Galison analyserar framträder naturen som ”synthesized, typified, idealized by the intellect of the naturalist”.<sup>58</sup> Under 1800-talet började man emellertid att tvivla på människans möjligheter att erfara verkligheten. De mänskliga sinnenas begränsningar blev särskilt tydliga när kameran började användas i mitten av seklet. Med kameran avbildades inte naturens idé, och på fotografier syntes ingen syntetiserad verklighet. På fotografier syntes detaljerna, det oregelbundna, verklighetens många variationer. För att nå vetenskaplig objektivitet krävdes att subjektets påverkan, forskaren med sina bristfälliga sinnen och teoretiska modeller, reducerades till ett minimum. Det nya vetenskapliga idealet innebar att man lät en maskin utan fri vilja avbilda verkligheten för att åstadkomma en ”mekanisk objektivitet”.<sup>59</sup> Liknande ideal präglade vetenskapens och byråkratins skrivande. Genom att följa mallar och fylla i formulär kunde skribenten osynliggöra sig själv och åstadkomma ”skrift utan stil”.<sup>60</sup>

Precis som kameran registrerade bandspelaren detaljer, och intervju-samtalens detaljer kom att få stor betydelse för journalistiken. Åsikter och uppfattningar bortom det sagda var svåra att dokumentera. Tal-

språkets utvikningar och felsägningar fastnade däremot på banden. När Jan Guillou intervjuade radiochefen Örjan Wallqvist i början av 1980-talet blev han först nedslagen av intervjuobjektets obegripliga ordgirlander som konsekvent undvek intervjufrågorna; ”bandutskriften ser inte klok ut”, konstaterade han i efterhand. Guillou bestämde sig emellertid för att återge intervjusvaren ordagrant, eftersom Wallqvist rimligtvis ”talar som han gör därför att han vill tala som han gör”. Radiochefens undvikande svar var också ett slags svar, ordagrant återgivna gav de ”en bild av den moderna maktens arrogans”.<sup>61</sup> Det faktiskt sagda gav kanske en bättre bild av vad personen faktiskt menade? Ett liknande antagande tycks ha motiverat upptagningen vid försvarsminister Gustafssons uttalande. Ministerns felsägning var av ett annat slag än dem Sigmund Freud beskrev i *Vardagslivets psykopatologi* (omkastade ord och bokstäver). Freuds intresse för felsägningar hade samtidigt mycket gemensamt med journalistikens. ”Att just den idé man vill hålla tillbaka bryter igenom i felsägningen är en vanlig företeelse.”<sup>62</sup> Både Freud och journalisterna utgick ifrån att människor tenderade att hålla sina innersta tankar för sig själva, men att de egentliga motiven och åsikterna kunde tränga fram i det spontana talets okontrollerade flöde. Det var just detta flöde som bandspelaren bevarade. På band fick felsägningarna nya betydelser i en journalistik där tanklöst tal omvandlades till nyheter och skandal. Precis som Friedrich Kittler hävdade angående Freuds psykoanalys hänvisar denna bandspelarjournalistik alltså till ”ett nedskrivningssystem som uttömmande samlar in nonsens i syfte att skriva in sin egen signifikantlogik i folk”.<sup>63</sup>

I teveprogrammet *Aktuellt* kunde TT:s ljudupptagning spelas upp. I tidningen trycktes däremot en transkriberad version. Något av talspråkets friare form och flöde hade man försökt återge i texten, som för att markera autenticiteten. Jämför man det som spelades upp med det som trycktes i tidningen framkommer ändå en del skillnader. En mer noggrann transkription skulle kunna se ut såhär: ”men det kan möjligen vara så att det geografiska läget det påverkar oss något, Sverige är ju en demokrati, vi gränsar, vi bildar yttersta gränsen egentligen, här, vi har som tur är finnarna (skratt)”. En skillnad är att ”möjligen”, ”något” och det avslutande skrattet, som markerar en försiktighet och en resonerande hållning, inte finns med i det citat som trycktes.

Ett vanligt argument för att använda bandspelare var och är att den gör det möjligt att få ”den exakta formuleringen”.<sup>64</sup> Samtidigt tycks många vara medvetna om att det sällan är den exakta formuleringen som publiceras, eller att ”exakt” trots allt tillåter en viss redigering. Torsten Thurén tar Guillous intervju med Örjan Wallqvist som utgångspunkt när han hävdar att den exakta återgivningen av någons talspråk är ”ett osvikligt sätt att få vederbörande att framstå som en idiot”.<sup>65</sup> Att modifiera muntligheten något hör därför till praxis. I en handbok heter det: ”Riktlinjen är att alltid citera så exakt som möjligt.” Det innebär att ”hrummanden” kan tas bort och att det ibland kan vara befogat att ändra ordföljden.<sup>66</sup> Den exakta formuleringen behöver alltså inte vara helt exakt. Det är denna flexibilitet som gör det möjligt att återge i text vad som har yttrats muntligt. När yttrandet väl har överförts till text kan det flyttas runt, stå för sig själv eller kombineras med andra citat, användas i rubriker, på löpsedlar eller som ingress, fogas in i texten eller flyttas till en helt annan text.<sup>67</sup> Detta förutsätter översättningar och rekontextualiseringar i flera led – men det är inget som behöver framgå av det slutliga resultatet och det behöver heller inte minska den upplevda autenticiteten. Tvärtom kan osynliggörandet av översättningen bidra till att öka bevisvärdet. Enligt Mats Ekström kan det snarast ”framstå som att personen/källan själv talar direkt till publiken” – alltså som en direkt mediering.<sup>68</sup>

Reportern som arbetar ute på fältet måste kunna ta med sig delar av verkligheten hem till redaktionen och ha något att visa upp för kollegor och läsare. Bandinspelningen kan fungera som ett stycke verklighet som reportern kan bära med sig, och ”citatet” som något som gör det möjligt att flytta in verkligheten i texten. Med Bruno Latours benämning kan banden och citaten ses som ”immutable mobiles”, på samma gång fasta i formen och flyttbara.<sup>69</sup> Magnetbandet och skriftspråket gör yttrandet beständigt, och hur det än flyttas runt är orden ändå alltid desamma. Det är flyttbarheten som gör att det som någon yttrat muntligt och som någon annan spelat in på band kan formuleras i text och placeras i en artikel, utan att transkriptionen och rekontextualiseringen medför att den upplevda autenticiteten går förlorad. Journalistiken i bandspelarens tidevarv kan beskrivas som en jakt på sådana citat och pratminus. Lars J. Hultén, som har studerat textstrukturen i dagstid-

ningsreportage under 1900-talets senare del, konstaterar att den direkta anföringen tar över allt mer samtidigt som skribenternas egen närvaro i texterna minskar.<sup>70</sup> Gaye Tuchman har pekat på något liknande i sina undersökningar av de strategier som journalister använder för att framstå som objektiva. Hon tar ingen hänsyn till den inblandade medietekniken, men lyfter ändå fram citerandet som en av de främsta strategierna: journalisten återger vad andra sagt, men vill helst inte säga något själv.<sup>71</sup> Utbredningen av citat och pratminus beror naturligtvis inte bara på bandspelarens intåg, också exempelvis fotografiets utbredning innebar att journalistens vittnesmål fick en underordnad roll. Icke desto mindre framstår bandspelaren som det perfekta verktyget för den som vill synliggöra andra och själv förbli osynlig.

En viktig poäng med "immutable mobiles" är att de gör det flyktiga fast. Att bandspelaren har förmågan att frysa det flyktiga talet är mycket betydelsefullt när journalister använder den. Om intervjupersonen tar tillbaka det som sagts är det bandspelaren "som aldrig glömmer" som bevisar vad som verkligen sagts, inte journalisten själv. Bandspelaren, hävdar en handbok, är effektiv om intervjupersonen "måste låsas vid sina uttalanden genom ett banddokument".<sup>72</sup> I en annan handbok heter det under rubriken "Välj 'vapen'" att inspelningen förhindrar att den intervjuade tar tillbaka vad han eller hon sagt: "Då brukar jag svara: 'Ett ögonblick ska jag backa bandet'".<sup>73</sup> Bandspelaren talar i någon mening för sig själv, och journalisten behöver aldrig hänvisa till vad de egna öronen har uppfattat. Inspelningen är ett bindande bevis, oberoende av vad intervjupersonen menar sig ha sagt eller vad journalisten säger sig ha hört. En del intervjupersoner blev snart medvetna om detta och började själva spela in de intervjuer de ställde upp på. Redan 1979 berättas i *Journalisten* om en informationschef som "hotat" en intervjuare: "Du ska veta att jag bandar alla sådana här samtal."<sup>74</sup>

### Avslutning.

#### Maskinen som producerar subjektivitet

Under 1900-talet har kroppen, anteckningsblocket och bandspelaren använts av journalister för att bevisa och skapa trovärdighet. Att gamla tekniker inte alltid försvinner har Barbara Czarniawska visat i sin

studie av redaktionsarbete på 2000-talet.<sup>75</sup> Men när nya tekniker har tagits i bruk har värdet av de gamla förändrats. Med en bandspelare till hands dög inte öronen som yttersta referens, och i dag talar inte ens inspelningen alltid för sig själv. För att säkerställa digitala filers autenticitet krävs i vissa fall en forensisk undersökning.<sup>76</sup> Jämfört med naturvetenskapernas bevisföring tycks journalistiken emellertid inte ha påverkats lika snabbt av de tekniska förändringarna. När det tidiga 1900-talets reportrar hänvisade till vad de sett och hört hade vetenskapen redan övergett tron på de mänskliga sinnenas tillförlitlighet. Och när journalisterna började använda bandinspelningar som oavvisliga vittnesmål hade vetenskapen sedan länge betonat att tekniska data krävde människors tolkningar för att bli meningsfulla.<sup>77</sup> Teknikerna har alltså fått olika betydelse i olika verksamheter.

Föreställningarna om journalisten som väljer ”vapen” och ”nitar skurken” är ett uttryck för att journalisterna under 1970- och 1980-talen alltmer betraktade sig själva som företrädare för en motmakt som skulle granska och avslöja. Föreställningarna om pressen som en tredje statsmakt har betydligt längre anor, men folkhemsjournalistiken har ofta uppfattas som försiktigt refererande snarare än granskande. Jämfört med situationen några decennier tidigare hade 1970- och 1980-talens journalister flyttat fram sina positioner. De ville inte bara referera utan aktivt gripa in och avslöja det som makthavarna ville dölja.<sup>78</sup> Eftersom bandinspelningen ansågs ha stort bevisvärde blev bandspelaren det perfekta vapnet att använda mot ”politiker och skurkar – personer som i efterhand kan komma på att de sagt något helt annat”.<sup>79</sup> Detta bandspelarbruk är samtidigt mycket paradoxalt. Journalisterna flyttade fram sina positioner, men överlämnade åt en maskin att registrera och bevisa. Journalisten i 1900-talets början använde sin egen kropp som bevis och referens. Objektiv journalistik i bandspelarens tidevarv bygger i stället på att journalisten själv – dennes kropp och sinnen – reduceras och marginaliseras.

Att människan och den mänskliga kroppen i möjligaste mån skulle frikopplas från insamlingen och reproduktionen av data var länge utmärkande för såväl byråkratins som vetenskapens objektivitetsideal.<sup>80</sup> Under 1800-talet bidrog kameran till att vetenskapsmännen framstod som subjektiva. I objektivitetens namn reducerades människan till



maskinskötare.<sup>81</sup> På motsvarande sätt synliggjorde bandspelaren journalistens subjektivitet, men genom att skriva bort sig själva från texterna – och låta de inspelade intervjupersonerna tala – kunde de ändå avlämna rapporter om verkligheten som var till synes neutrala, kanske till och med objektiva.

I relation till bandspelaren var det emellertid inte bara journalisten som framstod som mänsklig och ofullständig, maskinen bidrog också till att intervjupersonernas mänsklighet framhävdes. Varje stakning, felsägning och förhastad formulering – ”varje nyans” – fastnade på bandet. Inte sällan har det varit just dessa yttranden, uttalade i specifika sammanhang och som delar av vidare resonemang, som lyfts ut och blåsts upp.<sup>82</sup>

Med bandspelaren förändrades villkoren för både intervjupersoner och journalister. Vad som sades *off the record* var svårt att bevisa, och kanske inte alltid så intressant. På magnetbanden avgränsades verklighetens mångfald till något hörbart och bärbart, ett substitut för världen själv. Inspelningsarna talade i någon mening för sig själva – men det innebar samtidigt att journalisterna tystnade. Med de magnetiska möjligheterna till perfekt minne framstod journalisten som alltför mänsklig.

## Noter

1. Anders Hellberg, ”Försvarsministern Torsten Gustafsson: Tur vi har finarna”, *Dagens Nyheter* 19/10 1981.
2. ”Försvarsministern: Vi behöver USA:s stöd”, *Dagens Nyheter* 21/8 1981; Torsten Gustafsson, ”DN:s bild är delvis missvisande”, *Dagens Nyheter* 22/8 1981.
3. *Aktuellt* 19/10 1981, 21-sändningen.
4. Denna text är skriven inom ramen för projektet ”On the record. Journalistikens anteckningsblock och ljudinspelningar”. Ett stort tack riktas till Wahlgrenska stiftelsen som finansierat.
5. Se till exempel Patricia L. Dooley, *The technology of journalism. Cultural agents, cultural icons*, Evanston 2007; W. Russell Neuman (red.), *Media, technology, and society. Theories of media evolution*, Ann Arbor 2010; Brian Winston, *Media, technology and society. A history. From the telegraph to the Internet*, London 1998.
6. De ”små” teknikernas betydelse har tidigare uppmärksammats i bland annat byråkrati- och vetenskapshistorien, se Peter Becker & William Clark

- (red.), *Little tools of knowledge. Historical essays on academic and bureaucratic practices*, Ann Arbor 2001.
7. Colette Snowden, "Reporting by phone", i *Residual media*, Charles R. Acland (red.), Minneapolis & London 2007, s. 116–117.
  8. Bruno Latour, *Science in action. How to follow scientists and engineers through society*, Cambridge, Mass. 1987, s. 1–17.
  9. Se till exempel David Thorburn & Henry Jenkins, "Introduction. Toward an aesthetics of transition", i *Rethinking media change. The aesthetics of transition*, David Thorburn & Henry Jenkins (red.), Cambridge, Mass. & London 2003, s. 4–12; Lisa Gitelman, *Always already new. Media, history, and the data of culture*, Cambridge, Mass. & London 2006, s. 6–7.
  10. Om fonografens tidiga historia, se Jonathan Sterne, *The audible past. Cultural origins of sound reproduction*, Durham 2003; Gitelman 2006.
  11. "Fonografen på sätteriet", *Kalmar* 21/11 1888.
  12. Sterne 2003, s. 199–201.
  13. Set Poppius & Sven Jansson, *Journalistik. En orientering i tidningsarbete*, Stockholm 1959, s. 110.
  14. Erika Brady, *A spiral way. How the phonograph changed ethnography*, Jackson 1999; Mathias Boström, "Creating audiences, making participants. The cylinder phonograph in ethnographic fieldwork", i *History of participatory media. Politics and publics, 1750–2000*, Anders Ekström, Solveig Jülich, Frans Lundgren & Per Wisselgren (red.), New York & London 2011.
  15. Johan Jarlbrink, "Avklippta från historien. Tidningsklippare och tidningsklipp i 1800-talets press", *NORDICOM-Information* 2009:4; Mats Ekström, *Politiken i mediasamhället. Om nyhetsintervjuer och fotojournalistik*, Malmö 2006, s. 33–34.
  16. Claes Meurling, "Stenografins betydelse på journalistikens område", *Journalisten* 1907:1.
  17. Michael Schudson, *The power of news*, Cambridge, Mass. & London 1995, s. 80–81.
  18. Géraldine Muhlmann, *A political history of journalism*, Cambridge & Malden 2008, s. 36–39, 72.
  19. Birgitta Ney, *Reporter i rörelse. Lotten Ekman i dagspressen vid förra sekelskiftet*, Nora 1999, s. 144. För ytterligare ett svenskt exempel, se Sofi Qvarnströms analys av Jonas Stadlings norrlandsreportage från 1894 i denna antologi.
  20. Citat i Friedrich Kittler, *Gramophone, film, typewriter*, Stanford 1999, s. 33.
  21. Ray Stannard Baker, "Hur 'kycklingen' blev journalist", *Stockholms Dagblad* 17/9 1905, först publicerad på engelska, "Pippins", *Youth's Companion* 7/9 1899.
  22. Lorraine Daston & Peter Galison, *Objectivity*, New York 2007, s. 95.
  23. Michael Schudson, *Discovering the news*, New York 1978, s. 7.

24. Muhlmann 2008, s. 117–124.
25. Schudson 1978, s. 141–153.
26. Ole Cavling, *Journalistik. Kortfattat vejledning i moderne journalistik*, Köpenhamn 1928, s. 36.
27. Schudson 1995, s. 81–82.
28. Günter Wallraff, *Reporter hos Springer*, Stockholm 2003, s. 155.
29. Cornelia Vismann, "Out of file, out of mind", i *New media, old media. A history and theory reader*, Wendy Hui Kyong Chun & Thomas Keenan (red.), New York & London 2006.
30. *All the president's men*, USA 1976.
31. Carl Bernstein & Bob Woodward, *All the president's men*, London 1974, s. 50.
32. *All the president's men*, USA 1976.
33. "2.200:- för ett anteckningsblock?", *Journalisten* 1965:11.
34. Jay David Bolter & Richard Grusin, *Remediation. Understanding new media*, Cambridge, Mass. & London 1999, s. 21–50.
35. "Olympus Pearlrecorder är den nya generationen block och penna", *Journalisten* 1976:10.
36. Se till exempel Sterne 2003, s. 261–263.
37. Jämför Jesper Olsson, *Remanens. Eller bandspelaren som re-pro-du-da-ktionsteknologi*, Stockholm 2011, s. 33.
38. Olsson 2011, s. 7–16.
39. "Magnefonmöte med mörkhyad monark", *Trådnytt* 1951:2
40. Olsson 2011, s. 42–43.
41. Bengt-Olof Heldt, "Att vara reporter", i *Journalist i press, radio, tv*, Erik Westerberg (red.), Stockholm 1967, s. 222.
42. Se katalogsamlingen på Radiomuseet i Jönköping, till exempel *Philips bandspelare 1963*; *Philips radio & TV 1963–64*; *Philips bandspelare 1965/1966*; *Grundig bandspelare 1970*, samt "En proffsbandspelare till amatörpris", *Sony Ljud & Bild* 1979/1980.
43. Karl E. Hillgren, "Wennerström berättar själv om sin tid som Sveriges hårdast bevakade och mest isolerade intern", *FIB aktuellt* 1970:29.
44. Jan Guillou, *Reporter*, Stockholm 1979, s. 198.
45. Guillou 1979, s. 12.
46. Jan Hökberg, "Hur långt får vi gå när vi lyssnar och fotograferar?", *Journalisten* 1976:2.
47. Schudson 1995, s. 76, 87.
48. Jan Hökberg, "Hur långt får vi gå när vi lyssnar och fotograferar?", *Journalisten* 1976:2.
49. SN, "TT:s intervju", *Dagens Nyheter* 22/10 1981.
50. "Dåliga nyheter från TT", *Svenska Dagbladet* 23/10 1981.

51. Lars Ohlson, "Ett rent jävla övergrepp", *Journalisten* 1987:22.
52. Lars-G Holmström, "Hädiska tankar i röttnadstid", *Journalisten* 1987:22.
53. Carl-Erik Nilsson, "Besked från TT", *Svenska Dagbladet* 21/10 1981.
54. OS, "Neutralitetsolyckor", *Dagens Nyheter* 20/10 1981.
55. "En TT -intervju", *Svenska Dagbladet* 20/10 1981.
56. Carl-Erik Nilsson, "Besked från TT", *Svenska Dagbladet* 21/10 1981.
57. Sven Gerentz, "TT ger besked", *Svenska Dagbladet* 22/10 1981.
58. Daston & Galison 2007, s. 95.
59. Daston & Galison 2007, s. 120–123. Se Marie Cronqvists kapitel i denna antologi för en analys av hur man fick syn på atombombsexplosioner år 1946 genom att använda "kameror konstruerade för att spela in vad det mänskliga ögat aldrig skulle kunna se" (s. 124).
60. Becker & Clark 2001, s. 16.
61. Jan Guillou, "Mannen utan egenskaper", i *Nya berättelser. Från Geijer till Rainer*, Jan Guillou & Göran Skytte, Stockholm 1984, s. 77.
62. Sigmund Freud, *Vardagslivets psykopatologi*, Stockholm 2006, s. 117.
63. Friedrich Kittler, *Nedskrivningssystem 1800/1900*, Göteborg 2012, s. 402.
64. Till exempel i Marianne Lesslie, "Svens recept för ett bra reportage", *Journalisten* 1987:19; Anders Löwenberg, *Undersökande journalistik*, Stockholm 1992, s. 88.
65. Torsten Thurén, *Vinklad verklighet. Journalisten, sanningen och fantasin*, Solna 1986, s. 10.
66. Stefan Theander, *Hitta vinklar. Verktyg för skribenter*, Lund 1998, s. 103.
67. Ekström 2006, s. 42.
68. Citatet: Ekström 2006, s. 38.
69. Bruno Latour, "Visualization and cognition. Thinking with eyes and hands", *Knowledge and Society. Studies in the Sociology of Culture Past and Present* 1986.
70. Lars J. Hultén, *Reportaget som kom av sig. En analys av reportaget som textform utifrån produktionsperspektivet och sändarrollen med betoning på reporterens personliga tonfall. En undersökning av reportaget i några landsortstidningar 1960–1985*, Stockholm 1990, s. 183–184, 203.
71. Gaye Tuchman, "Objectivity as a strategic ritual. An examination of newsmen's notion of objectivity", *American Journal of Sociology* 1972:4, s. 667–669.
72. Björn Öijer, *Så snickrar du en tidningsartikel*, Malmö 1991, s. 129.
73. Löwenberg 1992, s. 89.
74. "Bergqvist bandar", *Journalisten* 1979:12.
75. Barbara Czarniawska, *Den tysta fabriken. Om tillverkning av nyheter på TT*, Malmö 2009, s. 43.
76. För att intyga de så kallade kungabandens autenticitet 2011 krävdes foren-

- sisk analys av två oberoende experter, se Erik Wilman, ”Experten: Filerna är autentiska”, *Aftonbladet* 3/12 2011.
77. Om behovet att tolka vetenskapliga bilder, se kap. 6, ”Trained judgement”, i Daston & Galison 2007.
  78. Jan Ekecrantz & Tom Olsson, *Det redigerade samhället. Om journalistikens, beskrivningsmaktens och det informerande förnuftets historia*, Stockholm 1994, kap. 9; Olof Petersson & Ingrid Carlberg, *Makten över tanken. En bok om det svenska massmediesamhället*, Stockholm 1990, s. 90f.
  79. Löwenberg 1992, s. 88.
  80. Becker & Clark 2001, s. 27.
  81. Daston & Galison 2007, s. 138–139.
  82. Mats Ekström, ”Hur enskilda yttranden blir stora politiska nyheter. En studie av nyhetsproduktion och politikens villkor i mediasamhället”, *NORDICOM-Information* 2003:1–2.

# Är mediet retoriken?

*Medieringen av skogsfrågan  
under år 1894*

SOFI QVARNSTRÖM

Du har väl reda på vår rike man här, sågverksegare, skogsspekulant, allherskare, en Jupiters like både som guldregn och tjur, hjelte i ännu flera små skandalhistorier än den nämde herrn och lika mycket föremål för fromt intresse vid kaffeborden som de hembakta småbröden på desamma äro föremål för aptit – nå väl, konsul Brax hade middag i går, och äfven jag var bjuden.<sup>1</sup>

1894 var året då den så kallade Norrlandsfrågan på allvar fördes upp på den dagspolitiska agendan och in i det nationella medvetandet.<sup>2</sup> Ovanstående kortfattade beskrivning räckte för att den läsare som under senvåren stötte på dessa rader i novellen ”Vägen till Damaskus” av Per Hallström skulle kunna göra sig en fullödlig bild av konsul Brax och hans handel och vandel. Detta dock inte endast på grund av de spelfulla beskrivningar och egennamn som berättaren ger honom, utan också beroende på de specifika associationer de väckte i nittioalets Sverige. Trävarupatronernas Norrland, hotet mot bondeståndet, baggböleri, skogens ”slumrande millioner”, kolonialiseringen av det egna landet – dessa och liknande associationer är intimt förbundna med beskrivningen ovan.

I en diskussion om opinionsbildning – dess retorik, mål och funktioner – är frågan om mediering, cirkulation och spridning av central betydelse. En enskild opinionsyttring kan inte betraktas isolerad från övriga yttringar. Samtidigt är den enskilda yttringen intressant i sig då den formuleras i ett specifikt sammanhang, vid en särskild tidpunkt, i ett visst medium och med en viss stil. Medieformernas teknologi,

organisation och inbördes relationer påverkar såväl framställningen som uppfattningen av det budskap som förmedlas.

Det handlar om att representationen aldrig är transparent.<sup>3</sup> Att ord, bilder, ljud når oss via ett medium av något slag kan tyckas självklart men glöms i själva verket ofta bort i humanisters analyser. Man uppehåller sig gärna och länge vid de uttryckta idéerna, liksom vid formella aspekter, men bortser från det medium i vilket budskapet presenteras. Friedrich Kittler, den tyske litteraturvetaren som blev mediehistoriker, har kritiserat litteraturvetenskapen, och alldeles särskilt den favoriserade hermeneutiken, för att inte ta hänsyn till skriftens materialitet och mediets teknologi, med hänvisning till Nietzsches formulering om att vårt skrivredskap tar del i utformningen av våra tankar.<sup>4</sup> Den svenska antologin *1800-talets mediasystem* (2010) sätter också fokus på synliggörandet av själva representationen, men med betoning på kontexten, på beroendet och samspelet mellan medier snarare än de enskilda representationerna i sig. Ett mediasystem definieras som summan av de olika mediernas inbördes relationer vid en given tidpunkt. Sambanden mellan medier måste i sin tur förstås i relation till samtidens teknik, organisationer, aktörer och platser.<sup>5</sup> Flera av bidragen behandlar olika former av opinionsbildning, det vill säga hur en fråga formuleras, vinner spridning och utrymme i offentligheten och hur detta är avhängigt de olika mediernas form och funktion.

En aspekt som på grund av systemansatsen hamnar i skymundan i antologins bidrag är hur de olika medieformernas retorik mer specifikt formar budskapet. Vilka skillnader finns i gestaltningen av ett budskap då det formuleras i pressen jämfört med en skönlitterär bok eller i en riksdagsdebatt? Hur förändras retoriken genom remediering? Vilken roll spelar mediets specificitet för representationen? Hur ser samspelet ut mellan olika medier? Här krävs mer av närläsning av ett opinionsbildningsmaterial, men en närläsning som integrerar mediets och kontextens roll i betydelskapandet. I ett försök att besvara denna typ av frågor ska jag titta närmare på opinionsbildningen och medieringen av en debatt i slutet av 1800-talet, nämligen debatten om skogen, industrialiseringen och baggböleriet.<sup>6</sup>

Industrialiseringsprocessen och debatten om Norrlandsfrågan – skogsindustrins utveckling, bolagens skogsköp och böndernas ägande-

Intressant broschyr

*Norrländska* ===  
=== *Skogsfrågan.*

De af hr **J. Stadling** författade, i **Aftonbladet** under år 1894 införda artiklar och korrespondenser rörande **skogssköflingarna** och det allt mera öfverhandtagande **bolagsväldet** i Norrland äro utkomna i broschyrform till ett pris af

**50 öre för 1 ex., 2 kr. för 5 ex.,  
3 kr. 50 öre för 10 ex.,** allt portot inberäknadt. Betalningen kan ske pr postanvisning eller i frimärken.

Tillskrif **Aftonbladets Expedition, STOCKHOLM.**



 Dessa artiklar, som väckt ett lifligt intresse inom hela vårt land och flitigt kommenterats i pressen, kasta ett hjert ljust öfver de rådjande sociala och ekonomiska förhållandena i »Sveriges framtidsland» samt måste väcka läsaren till insigt om den stora vådan för en blaud vårt lands hufvudnäringar af det nu rådjande norrländska skogsafverknings-systemet.

Reklam för *Aftonbladets* artikelserie *Vår irländska fråga* som efter avslutad publicering i pressen även utkom i broschyrform. Ett av försäljningsargumenten är just den uppmärksamhet artiklarna väckt och de kommentarer de orsakat i pressen på såväl riks- som lokal nivå.

rätt – hade mer eller mindre pågått under två dryga decennier, men intensifierats och radikaliserats under de första åren av 1890-talet. Under vårvintern samma år som Hallströms novellsamling gavs ut hade frågan debatterats intensivt i pressen, framförallt i två artikelserier i *Aftonbladet* respektive *Nya Dagligt Allehanda*. Det liberalt sinnade *Aftonbladet* hade skickat ut sin ”flygande korrespondent” till de norr-



ländska landskapen för att i ett drygt halvårs tid rapportera om en utarmad och degenererad bondebefolkning och hänsynslösa och giriga skogsinspektorer. I det konservativa *Nya Dagligt Allehanda* publicerades en motkampanj av vetenskapsmän och företrädare för trävaruindustrins intressen. I riksdagens bägge kamrar var skogsfrågan uppe till behandling ett flertal gånger, bland annat motionerades det om utarbetandet av en arrendelag och revision av skogslagstiftningen. För en någorlunda samhällsintresserad läsare var det med andra ord omöjligt att inte uppfatta konsul Brax som en fiktiv illustration av en samtida typ man återkommande stötte på i den samtida offentligheten.

### **Mediebegreppet och cirkulationen mellan medier**

Skogsfrågan diskuterades och debatterades med andra ord både i pressen, i skönlitteraturen och i riksdagen. Men vad utgör egentligen själva mediet i dessa fall? Både novellen och tidningsartikeln är ett tryckt medium, men hör till skilda genrer och har olika epistemologiska anspråk. Vad som utgör och utmärker ett medium kan definieras på olika sätt.<sup>7</sup> Här betraktas ett medium som en kombination av en modalitet (tal, skrift, ljud, bild, rörliga bilder, musik) och en fysisk kanal (bok, tidning, fotografi, mötesdebatt). Påverkan sker på olika sätt beroende på om argumenten formuleras muntligt eller i text eller bild. Starka känslor tippas exempelvis lättare över i patetik i skrift jämfört med i tal. Kanalen påverkar både utformningen av argumenten och den situation i vilken de uppfattas och tolkas; så gäller skilda konventioner för tidningsläsning och skönlitterär läsning, exempelvis i fråga om när och var och hur man läser. Modalitet och kanal blir därmed nödvändiga aspekter att ta hänsyn till i en undersökning av hur olika framställningsformer påverkar retorikens utformning och funktion. De fysiska kanaler som kommer att uppmärksammas är tidningen, boken och mötesdebatten, modaliteterna är skrift och tal.<sup>8</sup>

Redan såhär på förhand kan det vara på sin plats med en brasklapp: Hur kan vi egentligen avgöra i vilken utsträckning retoriken beror på just mediet? Hur kan vi avgöra vad som beror på vad? Inom den kulturhistoriska medieforskningen finns en kritik mot vad man menar ett alltför teknikdeterministiskt synsätt som framhårdar i att mediets tekno-

logi och/eller materialitet styr retorikens utformning. Det kulturhistoriska synsättet framhåller att sociala och kulturella konventioner och praktiker är minst lika avgörande.<sup>9</sup> Vi närmar oss en bok med andra förväntningar än en tidning; och kanske än mer belysande, en skönlitterär och en facklitterär bok bygger på vitt skilda retoriska och historiska konventioner. I sistnämnda fall är mediet till yttermera visso detsamma, bara genren skiljer. Svårigheterna illustreras exempelvis också i tesdrivandets utformning och funktion i press, riksdagsmöte och bokform. Olikheterna kan tillskrivas skillnader i genrekonventioner, men kan också kopplas till skilda modaliteter (skrift respektive tal) samt till olika mottagarsituationer. Men snarare än att avgöra vad som styr vad vill jag reflektera över hur mediernas specificitet i samspel med sociala och kulturella konventioner påverkar retoriken i skogsfrågan. Det är på grund av cirkulationen mellan medier som frågan över huvud taget blir en fråga. Och hur frågan sedan uppfattas och påverkar utvecklingen hänger ihop med dessa återkommande remedieringar och deras respektive möjligheter och begränsningar.<sup>10</sup> Poängen är alltså inte att visa att ett visst medium med kausalitet ger upphov till en viss retorik, utan i stället att ett retoriskt fokus i medieanalysen erbjuder ett metodologiskt kompletterande perspektiv i diskussionen om medieöverskridanden.

### Pressen – ett medium, flera genrer

Startskottet för debatten detta år var *Aftonbladets* Brett anlagda artikelserie som inleddes redan i januari och pågick ända in i september. *Aftonbladet* var ännu på 1860-talet den högre medelklassens och intelligentians organ, men genomgick flera kursändringar under följande decennier. I slutet av åttiotalet försökte man nå ut till bredare samhällsskikt och sänkte priset för en årsprenumeration från 20 till 12 kronor. Upplagan steg, särskilt sedan man börjat ge ut en ännu billigare landsortsupplaga 1887. Efter ett 1880-tal där tidningen både hunnit radikaliseras och bli alltmer konservativ återtog tidningen i början av 1890-talet en liberal hållning och upplät sina spalter åt kamp för frihandel, religions- och yttrandefrihet, allmän rösträtt, förbättrad folkundervisning och sociala reformer.<sup>11</sup>

# Vår irländska fråga.

Korrespondenser

till

Aftonbladet

från en studieresa genom Norrland

af

J. Stadling.

Stockholm 1894. Aftonbladets tryckeri.

Titelsidan av *Vår irländska fråga* när den utkom i broschyrform hösten 1894.

Det var en av tidningens egna medarbetare, den jämtländske tidningsmannen Jonas Stadling, som fått i uppdrag att göra en resa genom hela Norrland, landskap för landskap, för att skildra relationen mellan bönder och trävarubolag. Artikelserien gick så småningom under namnet "Vår irländska fråga", och allusionen till den irländska hungerkatastrofen (1846–1852) ger en tydlig vink om på vems sida *Aftonbladet* står i frågan. Siffror och procentsatser på bolagsköp av hemman varvas med färgstarka skildringar av utblottade bönder, förfallna gårdar, svältande djur och ett allmänt moraliskt förfall.

Motkampanjen i *Nya Dagligt Allehanda* planerades av Frans Kempe, vd och disponent för det snabbt växande ångermanländska skogsbolaget Mo och Domsjö, och Carl Bovallius, docent i zoologi som vidtog forskningsresor i Norrland i början på 1890-talet, vilket resulterade i arbetet *Om Norrlands skogar I–III* (1892). Bovallius stod som skribent för de fem artiklarna, men i hans och Kempes efterlämnade brevkorrespondens framgår att Kempe försåg honom med instruktioner och ett flertal argument.<sup>12</sup> Kampanjen var dessutom ett svar på ett betänkande från Domänstyrelsen som varnat för vad skogsbolagens fortsatta markköp skulle kunna leda till.<sup>13</sup> Bovallius artiklar inleddes i februari och avslutades i maj, samtidigt som Kempes svärfar och den tidigare landshövdingen i Västernorrland, Curry Treffenberg motiverade om en revision av skogslagstiftningen i första kammaren. Bovallius förordade en dimensionslag i sin sista artikel, och det är just vad Treffenberg också föreslog i sin motion, bland annat genom att explicit stödja sig på Bovallius argumentation.<sup>14</sup> Några veckor före riksdagsdebatten trycktes Treffenbergs motion i hela sin längd i tidningen.<sup>15</sup> *Nya Dagligt Allehanda* brukar beskrivas som de burgna industri- och handelsmännens och de större jordbrukarnas organ.<sup>16</sup> Tidningen drev en konservativ och företagervänlig linje och dess främste antagonist var just *Aftonbladet* med sitt frisinne och sin norskvänlighet. Samtidigt hade tidningen lösgjort sig från kung och regering och markerade genom användandet av ”opinion” och ”allmänna meningen” som positiva värdeord att man ville tillhöra samma offentlighet som *Aftonbladet* gjorde.<sup>17</sup>

Stadlings och Bovallius artiklar är införda på sidan tre i de fyrasidiga tidningarna. Det är på sidan tre man finner de texter som förhåller sig lite friare till tidningens reglerade struktur och innehåll, det är här korrespondenser, resebrev, reportage och längre, ibland signerade, artiklar kan dyka upp, artiklar som inte passar in under de standardiserade etikettrubrikerna Inrikes, Utrikes, Hären och Flottan, Med telegraf och telefon, Riksdagen, Teater och Musik, Konst och litteratur, Idrott, Domstols- och polis-ärenden. Notiser och referat dominerade pressen, men under 1880-talet hade nya genrer och andra journalistiska metoder börjat göra sitt intåg. Tidningarna blev ”industri och parti”, vilket innebar att de vann spridning genom större och billigare upplagor och

de blev tydligare opinionsorgan för politiska partier.<sup>18</sup> De första intervjuerna och reportagen brukar kopplas till Sundsvallsstrejken 1879.<sup>19</sup> Ernst Beckman presenterade sin signerade artikelserie om denna i *Stockholms Dagblad* som ”skildringar” och de försågs med intresseväckande överskrifter och ibland mellanrubriker som delade upp de långa avsnitten. Till det yttre påminner Stadlings artikelserie om utformningen av strejkskildringarna. Det dröjde innan reportaget och intervjun slog igenom, men i början av 1890-talet användes intervju som positivt signalord i *Aftonbladets* reklam som utlovade ”särskilt talrika Stockholmsbilder, Intervjueer och kåserier”.<sup>20</sup>

Genom paratextuella signaler sticker Stadlings och Bovallius artiklar med andra ord ut från tidningarnas dagliga nyheter och notiser. De är försedda med originell rubrik i ett eget typsnitt, de är avsevärt längre än övriga artiklar (omkring 2½ spalt) och de är signerade.<sup>21</sup> I *Aftonbladet* lyfts skribentens ethos fram genom underrubriken ”Från Aftonbladets specielle korrespondent”. Korrespondentens status var hög och fungerade också som ett säljargument – ännu mer om det var en utländsk korrespondent. Attributet flygande som *Aftonbladet* alltså också satte på sin korrespondent vittnar om hur positivt man värderade en rörlig och uppsökande verksamhet (i linje med reportaget). Det var ett led i utvecklingen mot en journalistisk värdering som ännu inte var självklar: vikten av den personliga bevakningen och att vara på plats där det händer.<sup>22</sup> Sammantaget ger detta texterna en särskild vikt och status.<sup>23</sup> Det bidrar också till att läsaren, åtminstone i Stadlings fall, närmar sig texterna med en förväntan om ett politiskt brännande ämne, särskilt med tanke på den pågående utvecklingen mot allt mer opinionsbildande organ.

Här tar dock de flesta likheterna mellan artikelserierna slut. Inledningsvis påtalades de avgörande skillnader som finns hos ett och samma medium beroende på särskilda språk-, genre-, cirkulations- och receptionslogiker.<sup>24</sup> Särskilt pressen rymmer en bred repertoar av generer med rätt så oenhetliga diskurser, i synnerhet under denna tid då tidningsgenrerna ännu inte kodifierats.<sup>25</sup> Bara i Stadlings artikelserie hittar vi exempel på en rad texttyper, allt från referat och notiser till intervjuer, vittnesmål och minnen. Stadlings och Bovallius texter är i sin tur mycket olika till sin karaktär. Stadling skriver i den nya repor-

tagegenren där journalisten är ett närvarande vittne, där intervjuer och möten med de drabbade är centrala. Den här reportertypen, som började bli framträdande kring sekelskiftet, uppträdde som "vittnesambasador" och använde sig av den egna kroppen och sina sinnesintryck som källa.<sup>26</sup> Stadlings kritik av skogsbolagen är patosfylld, de enskilda exemplen på maktmissbruk är många och perspektivet är närmast kolonialistiskt. Bovallius är skolad i den vetenskapliga traditionen och låter den färga av sig på journalistiken. Hans texter har en klassisk disposition (*exordium – argumentatio – refutatio – conclusio*). Tonen är mer lågmäld och resonerande. Han pläderar för ändringar i skogslagstiftningen som enligt honom ska ta hänsyn till både sågverksägarnas behov av timmer och bevarandet av ett självägande bondestånd. Hans huvudargument är att skogen, Norrland och industrialiseringen är till gagn – men också nödvändig – för hela Sveriges ekonomiska och tekniska utveckling. Han använder sig av sitt forskarethos genom att hänvisa till vetenskapliga rön, men också genom att lyfta fram att han själv rest runt i Norrland och därmed fått ännu djupare inblick i det missförhållanden kring skogshanteringen som råder där. Den här "vara-på-plats-topiken" delar han med Stadling, som dock utnyttjar den mycket mer genomgående då hans artikelserie i stor utsträckning bygger på hans rundresor i skogslänen och möten med bönder, arbetare och skogsinspektorer.

Bägges artikelserier är tesdrivande, men på radikalt olika sätt. Trots Stadlings tydliga ställningstagande argumenterar han allt som oftast indirekt för sin tes. I första artikeln avslöjas inte den ideologiska udden och den tendentiösa tonen omedelbart, bland annat på grund av den neutrala rubriken ("Skogsfrågan i Dalarna"). Artikelns sex fetstilta underrubriker (som ibland endast utgör inledningen på en mening, men ändå lyfts ut) låter ana vinkeln efter hand.<sup>27</sup> Det inledande berättargreppet fungerar dock som effektiv motvikt. Han låter tre röster, "ur högen hemtade anteckningar från mina 'interviewer'", ge exempel på skilda uppfattningar hos trävaruindustrin och allmogen – en inledning som en smula överraskande motsäger den rätt starkt polariserade bild som sedan följer. Det är dock ett effektivt grepp för att intressera och locka till sig alla läsare som intresserar sig för frågan, oavsett ideologisk ståndpunkt. Dessutom fungerar rösterna som en sammanfatt-

ning av de förekommande argumenten i debatten och bildar en fond för den kommande skildringen. Argumenten för skogsindustrin kan sammanfattas på följande vis: den har givit skogen ett värde och skapat en lönsam industri för Sverige, den har skapat binärningar, arbetskraft, exportartiklar och utvecklat kommunikationslederna, den har lett till en bättre skogsskötsel (rationell avverkning och trävaruförädling) och varit ett stöd för moderneringen jordbruket, och, inte minst, den har bidragit till en civilisatorisk mission. Kritiken låter i stort helt motsatt: mäktiga, ekonomiska intressen har blivit helt styrande, människor med ofantliga kapital och med lärda specialister till sitt förfogande vill tjäna ännu mer pengar, handelsvinsterna hamnar utanför Norrland, överavverkning fördärvar både skogen och jordbruket, bondeståndet demoraliseras och ruineras. I Stadlings skildring utmålas de flesta positiva argument efter hand som rena lögner eller utopier och i den allra sista artikeln formulerar han sin lösning: större delen av de norrländska skogarna bör omvandlas till socken- och häradsallmänningar.

I de mer gestaltande partierna kontrasteras genomgående ett svunnet idealtillstånd mot en degenererad samtid. Tiden före industrialiseringen utmålas som en pastoral idyll där överflöd och harmoni rådde. Så kom bolagsherrarna och penningen, och med dem lättja, synd och girighet, eller med andra ord: dans, superi och kortspel, dessa olater den "lösa arbetsbefolkningen" tillägnat sig vid sågverken och i städerna.<sup>28</sup> Inte bara bönder kommer till tals, utan också de som jobbat för bolagen – "Hvad en gammal bolagstjenare hade att berätta" är rubriken på en artikel – och Stadling återger själv ett barndomsminne från en julhelg som tillbringades hos bönderna i Storsjö, Härjedalen. Värden välkomnar dem i helgdagskläder i stugan där golvet är bestrött med välluktande granris, juleljus lyser i varje rum och en pyramid av smör står uppdukad på bordet. Han bjuds på söt mjölk, flötgröt, stora fiskar och tjocka ostskivor.<sup>29</sup> Mot slutet konstaterar han:

Detta var *förr* – innan de för en spottstyfver afhändes sina ofantliga skogar, innan trävarubolagen med sin "civilisatoriska mission" trängt till denna aflägsna del af vårt land.

Huru är det *nu*? Gör ett besök dit, och du kan sjelf få se och döma.

[---]

Kommen ned åt sluttningarna mot Ljungan, där det fordom susade i de majestätiska tallarnas kronor, skall du endast höra vinden hvina bland toppskator och rassla i de efter marken liggande topparnas förtorkade grenar. Hvert än du vänder blicken, möter du samma förödelsens styggelse: stubbar, toppar, här och där ruiner efter en timmerkoja. [---]

Och då du kommer fram till Storsjö, skall din blick möta förfallna hus, vanvårdade ängar, tomma stall och ladugårdar, eller ett par kor, där det fordom var 8 à 10, och en befolkning i armod – nästan bragt till tiggarestafven.<sup>30</sup>

Framåt våren ändrar artiklarna karaktär och Stadling går i direkt polemik med Bovallius i *Nya Dagligt Allehanda*. I en artikel från mars med rubriken ”Bör bildandet av stora bolagsdomäner i Norrland underlättas?” menar han att avsöndringen av skogarna borde förhindras i stället för att underlättas.<sup>31</sup> Vi bönder kan inte bedriva jordbruk utan stöd av inkomster från skogen, är huvudargumentet från de flesta av hemmansägarna.

Bildandet av större bolagsdomäner är ett av huvudförslagen i Bovallius artiklar. Varje artikel utgår från en fråga som han formulerar explicit och därefter går in för att besvara. Argumentationen är oerhört detaljerad, och kan exemplifieras med ett utdrag från andra artikeln, där han just argumenterar för bildandet av stora skogskomplex:

För hvar och en, som har någon kännedom om det sätt, hvarpå denna industri måste bedrivas, om de stora kapital, som måste läggas i sågverk, flottledes upprensning, aflöningen af en stor arbetsstyrka m. m. och om de vanskligheter, affären är underkastad genom de stora fluktuationerna i trävarumarknaden 4, är det klart, att en klok sågverksegare måste sträfva efter att hafva råvaran sig tillförsäkrad på sådant sätt, att han ej vid ett prisfall i marknaden genast måste lägga ned sitt verk och afskeda det större eller mindre antal arbetare, som deraf hafva sin bergning.<sup>32</sup>

Vid andra tillfällen är argumentationen väldigt teknisk och svår att följa och värdera för en lekman. Bovallius överordnande syfte med artiklarna är pragmatiskt inriktat med fokus på ändrad lagstiftning.



Han avslutar den sista artikeln med att ”sammanfatta det program, för vilket jag kämpar” i tre punkter: förändringar i lagen om hemmansklyvning så att bolagen kan köpa skogen men inte nödvändigtvis hemmanet, upphävandet av utsyningstvånget i lappmarkerna och införandet av en dimensionslag i hela Norrland. Artiklarna påminner om den akademiska, utredande prosan, men med utrymme för ett synligt subjekt som vid denna tid inte var vanligt inom den akademiska genren. Bovallius driver stundtals sina teser på ett sätt som får dem att framstå som informativa skildringar av faktiska sakförhållanden. Den opinionsbildande funktionen kamoufleras, inte minst av det faktum att han säger sig tala för både sågverksbolagens och böndernas sak.

### **Riksdagsdebatten** – ett rumsligt och temporärt medium

Att komma åt riksdagsdebatten som medium är förenat med särskilda svårigheter. Egentligen är det endast möjligt i samma stund som den pågår. Bara med en inspelning av såväl ljud som bild kan dess modalitet och kanal bevaras och studeras i efterhand. Från 1800-talets riksdagsdebatter har vi riksdagsprotokollen i två versioner (originalprotokollen och de tryckta versionerna), som förvisso återger riksdagsmännens yttranden men med diverse korrigeringar, modifieringar och förtydliganden.<sup>33</sup> Dessutom förändras modaliteten hos källan från tal till skrift. Det är endast en rekonstruktion av det ursprungliga mediet vi kan komma åt.<sup>34</sup> Trots de källkritiska svårigheterna kommer riksdagsdebatten i det följande att behandlas som ett muntligt, rumsligt medium. Det betyder att jag inte kan gå ner på detaljnivå i analysen utan i stället kommer att uppmärksamma retoriken på en övergripande nivå och söka efter drag som kan kopplas till den muntliga och rumsliga kontexten. De referat av riksdagsdebatten som publiceras i pressen ger ytterligare inblick i delar av dessa kontexter, eftersom några av referaten innehåller kommentarer som har med framförandet och mottagandet av motionen att göra.

Debatten om skogsmotionen ägde rum den 7 maj i första kammaren. Diskussionen upptar 37 sidor i protokollet och antalet ledamöter som deltar är fyra, varav Treffenberg är den som tar majoriteten av talutrym-

met i sitt yrkande på reservation mot utskottets utlåtande. De övriga ledamöterna yrkar om bifall till utskottets hemställan. Att Treffenberg kan tala så länge som han gör (hans utläggning upptar 21 sidor i protokollet och håller enligt referaten på i 1¾ timme) hänger intimt samman med mediet, ett muntligt anförande i riksdagen, som inte är begränsat till en viss tid eller av ett visst omfång. En avgörande skillnad jämfört med tidningsartiklarna är den dialogiska strukturen på inläggen och intrycket det skapar av att riksdagsdebatten är en del av en större helhet. Treffenberg argumenterar emot utskottets betänkande, och hans svar blir i sin tur bemött och ifrågasatt av de övriga riksdagsledamöterna. Han utgår från konkreta passager i betänkandet, och för att kunna följa med i resonemanget krävs i princip kännedom om såväl utskottets förslag som hans ursprungliga motion. Den dialogiska retoriken understryks av apostroferingar och frågor: ”Nu, mine herrar”. ”Nu vill jag fråga eder, mina herrar”. ”Kan detta vara önskvärdt”?<sup>35</sup>

I likhet med dagspressen är riksdagsmötet ett medium som uppmuntrar och underlättar anknytning till det dagsaktuella. Detta utnyttjar Treffenberg då han hänvisar till den pågående debatten i pressen. Inledningsvis alluderar han alldeles uppenbart och med ironi till Stadlings reportage och hävdar att skogsfrågan behöver en allsidig belysning:

Dertill kommer, att det hvilat, jag ville nästan säga, ett egyptiskt mörker eller lindrigast sagdt, en bæotisk dimma öfver en stor del af allmänheten, i fråga om uppfattningen af våra skogsförhållanden, särskildt i det öfre Norrland, och detta mörker har icke skingrats fast hellre ökats genom de bidrag till frågans belysning, som, tid efter annan, lemnats af dessa flygande korrespondenter, som skickats ut från våra tidningskontor och sällan kommit tillbaka med något oliveblad, utan snarare med mycket bittra frukter. Det är också alldeles gifvet, att dessa herrar, som för detta ändamål användas, och med en okunnighet, framfusighet och käckhet utan like, afgöra frågor, för hvilkas bedömande dock fordras både vetenskapliga studier och dertill årslånga iakttagelser, icke gerna kunna åstadkomma produkter, till hvilka man kan sätta någon synnerlig lit.<sup>36</sup>

Inpasset fyller huvudsakligen två funktioner. För det första positionerar han sig i debatten och förnyar med några snabba penseldrag dess

konturer utifrån syften som passar honom. Antagonisterna är *Aftonbladet* och Stadling och deras grävsta fel att de drivs av ideologi och okun- nighet. Treffenberg själv vill nyansera och problematisera. En intres- sant parentes i sammanhanget är att *Aftonbladets* riksdagsreferat är ett av de mest kritiskt hållna och dessutom går i polemik med Treffenberg i samband med återgivandet av ovanstående citat. En asterisk efter "oliveblad" åtföljs i tidningens nederkant av kommentaren: "Veder- börande hafva nog sjelfva sört för, att dylika icke stå att plocka i dessa bygder, hr Treffenberg! / *Anm. af A. B:s red.*"<sup>37</sup> För det andra understry- ker kopplingen till det dagsaktuella frågans vikt och det ger intryck av att vara en angelägenhet som angår många. Känslan av här och nu förstärks, och riksdagens roll och ansvar för landets styre framhävs.

Utöver aktualiteten präglas Treffenbergs retorik inledningsvis av ett förkroppsligande som i hög grad hänger ihop med mediet. Muntlig- heten och hans närvaro i salen gör honom mer personligt involverad i och förknippad med förslaget. Det personliga engagemanget bekräftas också av ett av riksdagsreferaten, som i utförliga ordalag kommenterar stilen i anförandet: "Han lät sitt mångskiftande lynnes alla sidor af- spegla sig i talet, han satiriserade, begabbade, hånade, han var munter och ond, allvarlig och patetisk och uppenbarligen besjälad af ett brin- nande intresse för frågan".<sup>38</sup>

Men han riktar också uttryckligen uppmärksamheten mot sig själv genom att berätta om sin bakgrund och varför han har intresse av att tala i denna fråga: han har under 20 år av sin yrkesverksamhet haft sitt ämbete i län där skogshantering varit huvudnäringen (Västernorrland och Dalarna) och han har till följd av familjeförhållanden "ofta varit i tillfälle att vistas i kretsar, der dessa frågor ständigt varit föremål för samtal och öfverläggning". Därtill har han studerat frågan nogsamt. ("Så lånade jag under förra sommaren, jag tror väl nära nog hälften af all den skogsliteratur, som är förvarad i Riksdagens bibliotek".) Han bemöter också misstanken som yppats att han, genom att vara ingift i en familj (den tidigare nämnda Kempe) som driver en omfattande såg- verksrörelse, skulle ha personliga intressen i frågan:

Jag vill nu tillägga, att jag icke tror så illa om någon enda af denna kammares ledamöter, att någon tror *mig* så illa, att jag skulle stå här

och tala emot bättre vetande. Deremot fruktar jag, att det finnes många, som anse mig vara grundligt lurad och behörigen inpuddrad af dessa sågverksegare så, att jag icke af dem fått rigtiga sakuppgifter, eller, om jag fått sådana, man dock inverkat på mig, för att deraf draga origtiga konklusioner.<sup>39</sup>

Det är ett utpräglat och klassiskt ethosbygge som Treffenberg iscensätter här. Han vill förvissa ledamöterna om att han har gedigen kunskap i frågan och ett ärligt uppsåt, och han anstränger sig för att skapa välvilja genom att anlägga en ödmjuk inställning. På förekommen anledning, ska sägas, och han antyder själv orsaken: ”ty senast i förgår förekommo i en tidning, som tyvärr har stor spridning, några älskvärda antydningar derom, att alla mina i motionen framställda förslag, hvilka lyckligtvis blifvit af utskottet afstyrkta, framkommit i den genomskinliga afsigten att befordra sågverksegarnes intressen.”<sup>40</sup> Det är *Aftonbladet* han åsyftar, som den 5 maj publicerat en kritisk kommenterar till motionen.<sup>41</sup> Treffenberg försvarar sig genom att hävda att ja, det stämmer att han vill verka för sågverksägarnas intressen, men bara om man identifierar deras intressen med sågverksindustrins, och sågverksindustrins med hela landets.

Konsekvensen av Treffenbergs försök att tona ner jagets betydelse blir i princip den rakt motsatta. I och med att avsändaren på grund av riksdagsmediet får röst och kropp blir retoriken mer personlig. Detta förstärks av att anförandet åtminstone inte i första ledet når ut till den breda allmänheten utan träffar en specifik publik. Det är en retorik som anpassats till ett slags semioffentlighet, de valda riksdagsmännen i första kammaren. Publiken bestod enligt *Östersunds-Postens* riksdagskorrespondent av cirka 50 ledamöter och lika många ”trämmäniskor” på åhörarläktaren. Föredraget beskrivs som delvis mycket intressant att höra på, men nästan helt utan verkan på kammaren, där majoriteten av bänkplatserna var tomma.<sup>42</sup> I *Svenska Dagbladet* framhålls i än högre grad motståndet som Treffenberg möter och referatets karaktär ger en bild av en motionär som befinner sig ute i kylan och av en illa underbyggd motion: ”Efter den betan var slaget totalt förloradt för den ifrige motionären.”<sup>43</sup> I *Dagens Nyheter* inflikar man ”Munterhet” i en parentes för att återge stämmingsläget när Treffenberg får smaka på

sina egna ironier av en av ledamöterna: ”Lånande ett uttryck från dennes kraftgenialiska inledning, förmenade han att ’en högst beotisk dimma omtöcknat hr Treffenbergs eljest klara snille’.”<sup>44</sup> Liknande kommentarer som på olika sätt värderar mottagandet av Treffenbergs inlägg i relation till honom som person bekräftar återkommande att personligheten är en central aspekt av detta mediums retorik.

Ytterligare en påverkande faktor är de fria ramarna för debatten, som i det här fallet lett till ett väldigt långt anförande, vilket försvagar skärpan i argumentationen. Treffenberg övertygar om frågans komplexitet, men invecklar sig i en argumentation så specifik att den tycks bättre lämpad för det skrivna mediet. Så lyckas han heller inte få kamraren på sin sida utan förlorar den begärda omröstningen med nio röster mot 41. Enligt *Östersunds-Posten* handlar det till och med om en ”storslagt” och debatten omskrivs som en begravningsceremoni där Treffenbergs stora skogsmotion bragts till vila.<sup>45</sup>

### **Boken – ett beständigt och långsamt medium**

Per Hallströms inledningsvis citerade novell utvecklas till en satir över mänsklig egoism och en kritik av ett samhällssystem som tvingar människan att ge upp sina ideal. Den unge manlige huvudpersonen som deltar i skogspatronens middagsbjudning tycks resignera i ett slags trött pessimism och anpassningsbarhet. Att middagens värd och den näring han ägnar sitt liv åt blir en sådan stark symbol för det samhällssystem som kritiseras, är dock inte endast avhängigt själva texten, och inte heller mediet. Kombinationen bokmedium och skönlitterär genre snarare motverkar en sådan läsning. Till skillnad från en dagstidning, som åtminstone i första rummet läses för att hålla sig à jour och informerad om aktualiteter, läses skönlitteratur delvis av andra orsaker. Det kan handla om rum för reflexion, underhållning eller eskapism. I stället är det tidigare representationer av denna figur, företrädesvis i pressen, som bidrar till en sådan dagspolitisk tolkning. Det kan tyckas vara en detalj att konsuln är just sågverksägare – det nämns helt kort inledningsvis och det spelar ingen roll för den fortsatta intrigen. Men Hallströms litterära stil där ironier och antydningar ges stort utrymme vittnar om att den publik han riktar sig till förväntas besitta ett visst

kulturellt kapital och därmed också reagera på en sådan detalj. Det gör dock inte novellen till ett debattinlägg. Det finns heller inget som tyder på att Hallström hade ett politiskt syfte med sin författarverksamhet. Likt de andra nittotalisterna karaktäriserades hans författarskap snarare av sekelsluts pessimism och borgerlig medelklass tematik.<sup>46</sup> Vid denna tid höll Hallström på att etablera sig på det litterära fältet – han hade debuterat med en lyriksamling 1891 – men med tiden blev han invald i Svenska Akademien och han var dess ständige sekreterare 1931–1941. I den svenska litteraturhistorieskrivningen betraktas han som en av de första stora norrlandsskildrarna, kanske framförallt tack vare berättelsen om Vild-Hussen i romanen *Döda fallet* (1902). Samtidigt kan hans noveller inte sägas vara helt representativa för hur skogsfrågan behandlas i samtidens litteratur, då frågan företrädesvis tematiserades i berättelser där skogen eller baggböleriet intog huvudrollen. Men för den läsare som reagerar på de tidigare nämnda nyckelorden blir novellen ett inlägg i skogsfrågan. Dock med en viktig skillnad: här finns ingen uttalad tes. Den tvingas läsaren i hög grad formulera själv. Inte heller finns något i bokens paratextuella markörer som signalerar ett politiskt ärende. Inte författarnamnet, inte titeln, vare sig på novellsamlingen eller på de enskilda novellerna.

Den andra novellen i samlingen på samma tematik fungerar på ett liknande sätt. I ”En sangviniker” möter vi den ständigt optimistiske förvaltaren Carl Johan Skogman som efter ett liv som sjöman återvänt till sina norrländska hemtrakter och när stora planer på att göra skogen och bygden lönsam genom byggandet av sågar, fabriker och parker. Problemet är bara att han inte har några pengar. Inte heller har han sina överordnades tilltro, de avfärdar hans planer som verklighetsfrånvända och honom själv som halvgalen. Som läsare är det svårt att inte till viss del hålla med om den karaktäristiken. Såväl berättarens kommentarer som byinvånarnas reaktioner styrker en sådan läsning. Novellen inleds med konstaterandet ”[d]et ljuges alldeles för litet i vårt fosterland” – åtföljt av en passage som pendlar mellan humor och allvar där novellens berättare hävdar att friska, frodiga lögnare som upphovsmanen nästan tror på, oegoistiska lögnare av verksamhetslust och entusiasm, inte verkar trivas i vårt klimat.<sup>47</sup> Byinvånarna betraktar Skogman med på en och samma gång överseende och beundran: ”och för hvarje

ur luften gripen uppgift, fick hans röst en klang af så bergfast säkerhet, att man genast förstod, att han fantiserade, men skulle ha blygts, att icke kunna följa honom på hans färd”.<sup>48</sup> Uppfattningen om honom baseras i hög grad på berättarens beskrivningar som framhäver det löjeväckande i hans karaktär: ”han höll af sitt Norrland, liksom en författare håller mera af sitt eget bristfälliga arbete, än främmande mästerverk, ty hans Norrland var ett alster af hans fantasi, så rikt på möjligheter som en fisk på rom.”<sup>49</sup> Inte bara berättarens putslustiga kommentarer och inte så smickrande jämförelser utan också Skogmans självuppfattning förstärker bilden av honom som en person med hybris: ”Han höll nästan ännu mer af det, emedan der var så litet gjordt, han behöfde inte kriticera mycket, bara då och då med en bred handrörelse antyda, hur lata de voro, infödingarne, hur erbarmligt blinda, hur de lågo som höns på sitt guldägg och väntade att det skulle kläckas, när det så lätt kunde göras tunga slantar af det.”<sup>50</sup> Genom att betrakta världen utifrån Skogmans perspektiv läggs hans självcentrering och hans nedvärderande syn på lokalbefolkningen i öppen dag.

Den inledningsvis ironiska och lätt roade beskrivningen av Skogman (jämför namnet!) övergår allt eftersom i en fortfarande ironiskt hållen men samtidigt ömsint och avundande ton. Det är som om den implicite författaren önskar sig samma inställning till livet, och den inledande skämtsamma deklARATIONEN om att ”det ljuges alldeles för litet i vårt fosterland” framstår som fullt allvarlig. Ska vi komma någonstans krävs orealistiska drömmar, storslagna idéer och en och annan smålögn, tycks berättaren hävda. Förändringen i skildringen inträffar när Skogmans överordnade kommer på inspektionsresa och ger honom en rejäl åthutning för hans storslagna planer – men utan att själv presentera något realiserbart alternativ. Skogman känner sig förödmjukad, modlös och full av tvivel, men gaskar snart upp sig igen. Läsaren lämnas med fler frågor än svar: Vad är då alternativet till Skogmans planer? Finns det ett sådant? Det blir med ens också tydligt att byinvånarna ser försonande och värdefulla drag hos honom: ”Snart lärde man sig att hålla af hans fantasier, till och med alla beräkningarna, de voro så oförskräckta, sågo in i framtiden med så muntra ögon och hade ingen småaktighet i användande af språkets resurser, det var också ett intressant studium att se dem födas i en tillfällighet och växa sig myndiga på ett ögonblick.”<sup>51</sup>

Det är inte industrialiseringen och omvandlingen av Norrland i sig som kritiserar i novellen utan dess former, och kritiken träffar alla. De egna invånarna kritiserar för att vara aningslösa och utan initiativförmåga. Bolagen och inspektörerna angrips för feighet, inskränkthet och kortsiktiga investeringar. Skogman, sangvinikern, är naivt sorglös och en optimist utan verklighetsförankring, men utrustad med vilja, kreativitet och initiativförmåga. Följden av dessa människors agerande blir – ingenting. Ett stillastående, en rundgång. Norrland – kanske till och med Sverige som sådant – framstår som ett stagnerat och inskränkt samhälle. Novellen rymmer således flera ansatser till kritik, men *vem* som drabbas hårdast preciseras aldrig. Hallström vägrar att ta ställning mellan bönder och bolag utan pekar i stället ut en tredje väg: Sverige behöver industrin, men inte en blind tilltro till dess välsignelser.

Att inte heller samtidens recensenter uppfattade Hallström som särskilt precis i sin kritik syns tydligt i deras omdömen. De är påfallande vaga angående pessimismens och kritikens måltavlor. *Aftonbladet* föreslår att det är det efterblivna och isolerade Sverige som avses då platserna för novellerna ofta är småstadshålor och avlägsna landsortsvrår i Norrland: ”i en stad med synranden åt alla håll stängd af svart skog, med trånga gator och ombonade rum, med respektabel tråkighet, fladdrande förhoppningar och ständigt uppskjutna skördetider”.<sup>52</sup> Flera recensenter kommenterar också författarens ambivalenta hållning till karaktärerna: ”Och så är fallet med flertalet av dessa ’vilsna fåglar’, till exempel [...] den oförbätterlige sangvinikern-uppfinnaren, som alltjämnt utmålar skrytsamma framtidsbilder för sina umgängesvännar, bilder på hvilka han själf halft om halft tror, – en idéfabrikör som aldrig realiserar en enda af dem”.<sup>53</sup> Ingen av recensenterna framhäver en uttalat politisk läsning av Hallströms noveller och sågverksägaren och sangvinikern får endast utgöra exempel på samtida typer, eller ”vinddrivna existenser”, vilket inte är särskilt anmärkningsvärt med tanke på novellsamlingens övergripande tematik.

Utmärkande för retoriken i denna novell är att den gynnar vad man kan kalla identifikationens retorik.<sup>54</sup> Den bygger på berättargrepp som är vanligt förekommande i skönlitteraturen. Perspektivbyten och intern fokalisering medför att läsaren lättare kan förstå, känna med och identifiera sig med olika karaktärer och hållningar. En osympatisk karaktär



kan plötsligt få försonande drag. Det gynnar en problematiserande och tvetydig skildring, där läsaren i hög grad blir medskapare. Det är rimligt att anta att bokmediet som rymmer längre texter gynnar identifikation och tvetydighet, men de berättargrepp som ofta förknippas med skönlitteratur är i själva verket av större betydelse. Det syns inte minst i denna novell, som endast upptar tolv luftiga sidor.

### Avslutning

Utifrån vad som framkommit i analyserna tycks det svårt att hävda att mediet är avgörande för retoriken. Ibland syns större skillnader i ett och samma medium beroende på genrekonventioner, receptionslogiker eller författarens personliga stil. Skogsfrågans mediering under 1894 uppvisar dock *ett* klart och tydligt exempel på att mediet och bara mediet förändrar det retoriska uttrycket. Stadlings artikelserie kom under hösten ut i broschyr-/bokform.<sup>55</sup> Boken återger med ett undantag artiklarna i kronologisk ordning, helt oredigerade och utan förord. Upprepningarna och omtagningarna, som är förbundna med pressmediet, då det inte går att lita på att läsaren minns allt från den föregående artikeln, blir tröttsamma och hindersamma i bokform. Visst bidrar de återkommande uppräkningsarna av procentsatser på bolagens skogsinnehav eller skildringarna av byarnas moraliska förfall till tyngden i argumentationen, men de indignerade beskrivningarna förlorar sin verkningsförmåga om de återkommer för många gånger. Det tendentiösa draget hos Stadling framträder plötsligt i mycket starkare dager.

Samtidigt har tydliga skillnader mellan mediernas retorik framträtt. Alla kan inte generaliseras, men de kan i stället säga oss något om hur skogsfrågans retorik skiljer sig åt mellan olika medier. I Hallströms novellsamling framträder en radikalt annorlunda bild av Norrland jämfört med i Stadlings och Bovallius artiklar i pressen. Det är inte den förlorade idyllen, den djupgående sociala samhällsomvandlingen, de tekniska landvinningarna eller framåtskridandet som frammanas, utan ett gammalt, efterblivet, stillastående Sverige. De skönlitterära berättargreppen underlättar inlevelse och perspektivbyte och skapar förutsättningar för identifikationens retorik. Avsaknaden av det specifika och dagsaktuella gör den skönlitterära boken mer beständigt aktuell.



WAHLSTRÖM & WIDSTRAND, Stockholm, i distribution.

Pris 1 kr. 50 öre.

Jonas Stadlings andra publikation samma höst: *Norrländska klubben eller 'Ganska Bittra Frukter' plockade i Norrlands skogar af en flygande korrespondent* (1894). Det är en semifiktiv berättelse som skildrar ett möte med bondsonen Olle som emigrerat till Amerika efter att han och hans familj utblottats av "bolagsherrarna". På omslaget ser vi baggböleriets redskap: yxan, sågen och spritflaskan.

Både Treffenberg och Bovallius är i stället handlingsinriktade och argumenterar för konkreta åtgärder i lagstiftningen. Men medan riksdagsmediet förkroppsligar avsändaren och skapar ett nära samband mellan avsändare och budskap kännetecknas pressmediets retorik av paratextuella markörer som påverkar tolkningen. Frånsett de två artikelseriernas radialt skilda ärenden – där Stadling är språkrör för bönderna och Bovallius för trävaruindustrin – kan pressens omvandling och virrvarr av ännu icke kodifierade genrer förklara skillnaderna mellan Stadlings och Bovallius retorik. I Stadlings gestaltande skildringar syns också ett närmande mot skönlitterära berättargrepp, men identifikationen är i det här fallet endast inriktad mot bönderna. Mediet är med andra ord en självklar del av retoriken, men inte helt avgörande för dess skiftande manifestationer och uttryck. Däremot är det avgörande att ta hänsyn till mediet i en analys av opinionsbildningens retorik, om vi vill uppnå hållbara och rimliga förklaringsmodeller för retorikens betydelse, mål och räckvidd. Dessutom är det just genom en sådan metod som här tillämpats – en mediemedveten retorisk analys – som vi kan få syn på de medieöverskridande korsbefruktningar som sker i de olika inläggen som cirkulerar i frågan.

## Noter

1. Per Hallström, "Vägen till Damaskus", i *Vilsna fåglar. Berättelser*, Stockholm 1894, s. 27.
2. Sverker Sörlin, *Framtidslandet. Debatten om Norrland och naturresurserna under det industriella genombrottet*, Stockholm 1988, s. 156.
3. Jonas Harvard & Patrik Lundell, "1800-talets medier. System, landskap, nätverk", i *1800-talets mediesystem*, Jonas Harvard & Patrik Lundell (red.), Stockholm 2010, s. 14.
4. Friedrich Kittler, *Maskinskrifter. Essäer om medier och litteratur*, Gråbo 2003, s. 26; se även Friedrich Kittler, *Nedskrivningssystem 1800/1900*, Göteborg 2012.
5. Harvard & Lundell 2010, s. 9. Antologibidragen ger sammantagna en bred och brokig bild av medietyper, hierarkier och cirkulation under det svenska 1800-talet.
6. På grund av utrymmesskäl begränsas analysen till några nedslag i de olika mediernas material. En liknande medieretorisk analys skulle naturligtvis kunna göras utifrån en annan politisk fråga och/eller vid en annan tidpunkt i historien. Att det här handlar om skogsfrågan och 1890-talet

- beror på att denna artikel utgör en del av ett större projekt om skogs- politik och representationer av baggböleriet i litteraturen 1870–1920.
7. Jämför diskussionen om det breda mediebegreppet i Solveig Jülich, Patrik Lundell & Pelle Snickars, ”Mediernas kulturhistoria. En inledning”, i *Mediernas kulturhistoria*, Solveig Jülich, Patrik Lundell & Pelle Snickars (red.), Stockholm 2008, s. 12–17.
  8. Av utrymmesskäl har jag valt att begränsa undersökningen till tre medierformer. Bilden är förvisso också ett centralt medium (bokomslag, bilder i tidskrifter, skämtteckningar och så vidare), dock inte lika framträdande i skogsdiskursen under detta år. Jag har exempelvis inte hittat några bilder i skämtpressen som direkt anspelar på baggböleri.
  9. Anders Ekström, ”Kulturhistorisk medieforskning. Fyra spår”, i *Mediernas kulturhistoria*, Solveig Jülich, Patrik Lundell & Pelle Snickars (red.), Stockholm 2008, s. 36.
  10. Jämför Ekström som menar att det handlar om vilka specifika möjligheter och begränsningar som kan knytas till olika medier och hur nya mediekonstellationer organiserar mänskliga sinnen på nytt sätt. Det blir en fråga om ”medieumgängets epistemologiska och maktpolitiska aspekter”. Ekström 2008, s. 36.
  11. Birgit Petersson, ”Tidningar som industri och parti (1880–1897)”, i *Den svenska pressens historia*, II. *Åren då allting hände (1830–1897)*, Karl Erik Gustafsson & Per Rydén (red.), Stockholm 2001, s. 244–250.
  12. Sörlin 1988, s. 167–168. Fler artiklar om Norrlandsfrågan publicerades i *Nya Dagligt Allehanda* under samma period, av botanisten Axel N. Lundström och geologen Arvid Högbom, också till följd av samarbete med Frans Kempe. Deras artiklar rörde framförallt frågan om huruvida Norrlands klimat är lämpligt för jordbruk och djurhållning. Kempe själv bidrog också med en artikel, ”I den norrländska skogsfrågan. (En fackmans inlägg)”, *Nya Dagligt Allehanda* 30/4 1894. Carl Bovallius fem artiklar infördes i *Nya Dagligt Allehanda* mellan den 15 februari och den 2 maj: ”Skogs- och jordbruksfrågan i Norrland” 15/2, ”Den norrländska skogshushållningen. Betydelsen af kapitalstarka skogsegare” 20/2, ”Skogsafverkning i Norrland” 9/3, ”Lappmarkslagen och dess verkningar” 31/3 samt ”Dimensionslag för skogsafverkningen” 2/5.
  13. Kempe hänvisar i ett brev från den 3 januari 1894 till den ”första stadslingska artikeln” som stått i ”Aftonbladet för i går”. Citerat efter Sörlin 1988, s. 299.
  14. Bovallius artiklar och Treffenbergs motion gavs senare ut i broschyrform: *Uppsatser i den norrländska skogsfrågan samt landshöfding Curry Treffenbergs motion om revision af skogslagstiftningen*, Stockholm 1894.
  15. Curry Treffenberg, ”Revision af skogslagstiftningen”, *Nya Dagligt Allehanda*

- 16/4 1894. Redaktionen motiverade beslutet att publicera hela motionen med att det knappast fanns något område där så stora principiella skiljaktigheter rådde som i skogsfrågan och att de ville sprida kunskap i denna ”utomordentligt viktiga angelägenhet”.
16. Eric Johannesson, ”Med det nya på väg (1858–1880)”, i *Den svenska pressens historia*, II. *Åren då allting hände (1830–1897)*, Karl Erik Gustafsson & Per Rydén (red.), Stockholm 2001, s. 129.
  17. Johannesson 2001, s. 214.
  18. Petersson 2001, s. 238.
  19. Johannesson 2001, s. 229–230; Petersson 2001, 239–241. Ett reportage kännetecknas av att en skribent har sänts ut för att rapportera om en händelse. Ansatser till ett sådant mer rörligt arbetssätt fanns redan på 1860- och 1870-talen, men det hade inte fått någon verklig status utan redaktionerna hade fortfarande övertagat.
  20. Petersson 2001, s. 242.
  21. Jonas Stadlings texter är signerade J.S. från och med andra artikeln, Carl Bovallius hela namn står utskrivet i *Nya Dagligt Allehanda*. Vad gäller rubriksättning har man dock valt olika strategier. Stadlings artiklar förses så småningom (från och med den 17 mars) med den återkommande rubriken ”Vår irländska fråga”, vilket först skapar viss nyfikenhet för att därefter fungera som igenkänningstecken. Bovallius artiklar har i stället informativa men torra rubriker i stil med ”Skogsafverkningen i Norrland”.
  22. Johannesson 2001, s. 196. Jämför Johan Jarlbrink, *Det våras för journalisten. Symboler och handlingsmönster för den svenska pressens medarbetare från 1870-tal till 1930-tal*, Stockholm 2009, s. 126–128.
  23. Signaturer signalerar bland annat att redaktionen bedömt texten som något utöver det vanliga. Gunilla Lundström, *När tidningarna blev moderna. Om svensk journalistik 1898–1969*, Göteborg 2004, s. 61.
  24. Madeleine Hurd, ”Tidningsgenrer och offentliga riter i 1865 års reformrörelse”, i *1800-talets mediesystem*, Jonas Harvard & Patrik Lundell (red.), Stockholm 2010, s. 128.
  25. Henrik Rahm, *Journalistikens anatomi. Analyser av genrer och textgenrer i fem strejkbevakningar i svensk dagspress 1879–1966*, Lund 2001. Jämför Lundström 2001.
  26. Jämför Géraldine Muhlmann, *A political history of journalism*, Cambridge & Malden 2008, s. 34–53. Se även Johan Jarlbrinks analys i denna antologi om journalistrollens förändringar och journalistiska tekniker för att minnas, bevisa och skapa trovärdighet.
  27. Rubrikerna är: ”Olika synpunkter och åsikter”, ”De första skogsköpen i Öfre Dalarne”, ”De äldre skogsmedelfondernas bildande”, ”Bolagen skörde fördelar af besparingskogarne”, ”Arrendatorer och fattighjon”, ”Hvad

- bönder tänka”. Jonas Stadling, ”Skogsfrågan i Öfre Dalarna”, *Aftonbladet* 2/1 1894.
28. Jonas Stadling, *Vår irländska fråga. Korrespondenser till Aftonbladet från en studieresa genom Norrland*, Stockholm 1894a, s. 50–51. Fortsättningsvis citeras från denna samlingsutgåva.
  29. Stadling 1894a, s. 57–59.
  30. Stadling 1894a, s. 62–63.
  31. Stadling, ”Bör bildandet af stora bolagsdomäner i Norrland underlättas?”, *Aftonbladet* 17/3 och 22/3 1894.
  32. Bovallius, ”Den norrländska skogshushållningen”, *Nya Dagligt Allehanda* 20/2 1894. Siffran fyra i citatet hänvisar till en not där Bovallius underbygger sitt påstående: ”Prisen föllo från 1874–1879 omkring 100 kr. per standard, hvilket för Sveriges nuvarande årliga export af sågad och hyflad vara skulle blifva en prisskillnad af 30 millioner kr.”
  33. Gunnar Richardson & Karl Axel Wengström, ”Riksdagsprotokollen som historiskt källmaterial”, *Historisk tidskrift* 1975, s. 430–467, samt Jonas Harvard, ”Riksdagsprotokollen som medium”, i *Dolt i offentligheten. Nya perspektiv på offentligt källmaterial*, Staffan Förhammar, Jonas Harvard & Dag Lindström (red.), Lund 2011, s. 25–42.
  34. Ändringar och modifieringar har skett i flera steg. Stenografer skrev först ned talarnas inlägg. Talarna kunde sedan ändra i stenografernas utskrift. I extrema fall kunde hela sidor bytas ut med text, andra gånger gjordes omfattande tillägg, i andra fall ströks avsnitt. Richardson & Wengström 1975.
  35. *Riksdagens protokoll vid lagtima riksmötet år 1894*, Första kammaren, Tredje bandet, N:is 31–40, Stockholm 1894, s. 26, 39, 42.
  36. *Riksdagens protokoll vid lagtima riksmötet år 1894*, s. 21.
  37. *Aftonbladet* 7/5 1894.
  38. E., *Östersunds-Posten* 10/5 1894. Samma referat införd i *Hernösands-Posten* 11/5 1894.
  39. *Riksdagens protokoll vid lagtima riksmötet år 1894*, s. 23.
  40. *Riksdagens protokoll vid lagtima riksmötet år 1894*, s. 23.
  41. ”Skogslagstiftningsfrågan”, *Aftonbladet* 5/5 1894.
  42. E., *Östersunds-Posten* 10/5 1894.
  43. *Svenska Dagbladet* 8/5 1894.
  44. *Dagens Nyheter* 8/5 1894.
  45. E., *Östersunds-Posten* 10/5 1894.
  46. Se till exempel E[ugène] N[apoleon] Tigerstedt (red.), *Ny illustrerad svensk litteraturhistoria*, IV. *Årtiotal, nittiotal*, Stockholm 1957, eller introduktionen till Hallströms författarskap i Litteraturbanken, <http://litteraturbanken.se/#!forfattare/HallstromP>, (26/4 2013).

47. ”En sangviniker”, Hallström 1894, s. 67.
48. Hallström 1894, s. 71.
49. Hallström 1894, s. 69.
50. Hallström 1894, s. 69.
51. Hallström 1894, s. 70.
52. Recension av Hallströms *Vilda fåglar*, G[eorg] N[ordensvan], *Aftonbladet* 9/6 1894.
53. Recension av Hallströms *Vilda fåglar*, K[arl] W[arburg], *Göteborgs Handels- och Sjöfartstidning* 7/9 1894.
54. Idén om identifikation som retorikens kärna formulerades och utvecklades av Kenneth Burke i *A rhetoric of motives*, 1950; Berkeley 1969.
55. Samma höst utkom även en pamflett av Jonas Stadling, *Norrländska klubben eller 'Ganska Bittra Fruktar' plockade i Norrlands skogar af en flygande korrespondent*, Stockholm 1894b. I denna förenar han fakta och fiktion i mötet med en emigrant som lämnat sitt Norrland för en tillvaro i Amerika.

# Från servicemedium till nyhetsmedium

*Helsingborgs Dagblad som webb pionjär*

JAN HINDERSON

”Så ni kavlar ut hela tidningen i datorn?” Frågan ställdes av radioprofilen Ulf Elfving i hans populära program *Efter 3* till *Helsingborgs Dagblads* dåvarande chefredaktör Eskil Jönsson. Den 3 maj 1995 hade *Helsingborgs Dagblad* som första landsortstidning gått ut på det nya mediet internet, och dessutom som första tidning lagt ut hela textinnehållet på nätet. Detta uppmärksammades av bland andra Ulf Elfving, och till den intervju med en aktuell person som alltid avslutade hans eftermiddagstimme i radion hade han dagen efter kallat in Eskil Jönsson.<sup>1</sup>

Elfving ställde rätt naiva frågor som ”Alla vi som inte riktigt är med på 90-talet, tekniskt sett – vad är internet egentligen?” eller ”Så man kan sitta i Karachi eller Tokyo och läsa *Helsingborgs Dagblad*?” Förmodligen var naiviteten, åtminstone delvis, spelad. I en tid när skjutjärnsjournalistik med hårda frågor och sätta dit-attityd fortfarande dominerade, inte minst i etermedierna, var Elfving pionjär för en mjukare och mer samtalslik intervjustil med öppna frågor, som ofta gav betydligt bättre resultat.<sup>2</sup> Eskil Jönsson svarade tålmodigt på frågor om vad internet är för något och berättade att det fanns 50 miljoner internetanvändare i världen. Han ansåg inte att internetutgåvan skulle påverka läsningen av tidningen: ”Jag tror inte att någon vill läsa tidningen på dator när de kan läsa den på papper. Det här är för dem som inte kommer åt tidningen på papper men ändå vill följa HIF och sådana saker.” Intervjun avslutades med att Eskil Jönsson på uppmaning av Ulf Elfving långsamt och tydligt läste upp hela den tidstypiskt långa och kom-



plicerade webbadressen: <http://www.helsingborg.se/newspaper/hd/helsingborg/htm>, varpå Elfving kontrade med ”och vårt faxnummer är 08-440 40”. Intervjun har fått kulturstatus på dagens webbredaktion, som sedan länge har den betydligt enklare adressen *hd.se*. Om någon med överdriven tydlighet börjar ljuda ”*hå te te pe*” kan det sprida sig igenkännande leenden.

### Att studera introduktionen av ett nytt medium

Hur kom det sig att en landsortstidning i Helsingborg blev pionjär på webben, före betydligt större tidningar? *Helsingborgs Dagblad* var nämligen ganska tätt i härlarna på *Aftonbladet*, som i augusti 1994 gjorde entré på internet som första svenska dagstidning och en av de första tidningarna i Europa genom att lägga ut sin månatliga kulturbilaga.<sup>3</sup> I februari 1995 började *Aftonbladet* också lägga ut nyheter på sin webbsida, som en bifunktion av att tidningen levererade texttevelegram till TV3.<sup>4</sup>

Ett syfte med att studera *Helsingborgs Dagblads* pionjärroll är att det ger en möjlighet att följa hur introduktionen av ett nytt medium sker inom ramen för en redan etablerad medieorganisation. Eftersom internetns presshistoria är mindre än 20 år gammal finns det goda möjligheter att kombinera det traditionella studiet av tryckt litteratur med *oral history*, det vill säga intervjuer med dem som var med. En nackdel är däremot svårigheten att gå till originaldokumenten, det vill säga läsa äldre webbtidningar. *Web.archive.org* i USA, även kallat *Wayback Machine*, började spara webbtidningar 1996. Men de äldre är ofta i dåligt skick. Textinnehållet kan finnas kvar, men det är svårare att få grepp om originaldesignen eftersom grafiska element och fotografier kan ha förintats.<sup>5</sup> Ett medel är då att använda sig av bildelicitering, det vill säga visa upp de dokumentrester som finns sparade och be dem som var med att berätta hur det egentligen såg ut.

Som de flesta svenska dagstidningar startades *Helsingborgs Dagblad* på 1800-talet, och även om datoriseringen under 1980- och 1990-talen börjat förändra en del av organisationen och arbetsvillkoren inom tidningen, framför allt för den grafiska personalen, handlade ändå webben om en *inympling* av en ny gren på ett moget tekniskt och

redaktionellt system. Enligt teknikhistorikern Thomas Huges finns det ett momentum i den typen av mogna organisationer, en inneboende tröghet på grund av *vested interests* i form av materiella investeringar, etablerade organisationsmönster och uppbyggda kunskaper. Denna tröghet kan ha formen både av manövertröghet, bindningar till investeringar och marknader, och en insiktströghet som ligger mer på det mentala planet, när man har svårighet att inse att den omgivande verkligheten ändrat sig.<sup>6</sup> Medieforskaren Pablo Bozkowski beskriver tidningarnas reaktion och anpassning till internet som reaktiv, defensiv och pragmatisk; när man gick in i det nya mediet gjorde man det i första hand för att värna det gamla, den på papper tryckta tidningen.<sup>7</sup>

Introduktionen av internet är en teknisk förändring, men som både David Domingo och Pablo Boczkowski understryker kan man inte bara se den som en sådan, utan som en relation mellan teknik, organisation, journalistik och publik där de olika delarna och deras aktörer påverkar varandra.<sup>8</sup> Det finns ingen teknologisk determinism i webbutvecklingen, utan de lokala förhållandena är avgörande för varje tidning och webbmedium. Orsakerna till *Helsingborgs Dagblads* pionjärinsats finns således att söka både i den nationella och lokala omgivningen, samt i tidningshuset, såväl i tidningsledningens allmänna inställning till nya idéer och satsningar, som att det fanns en möjlig teknisk lösning till hands och en person som såg och kunde utnyttja den möjligheten.

### 1990-talets it-våg

Det fanns ett generellt nyvaknat intresse för internet och it-frågor i samhället i mitten av 1990-talet. Internet hade en lång förhistoria, men blev mer känt och användarvänligt genom utvecklingen under de första åren av 1990-talet, med Tim Berners-Lees konstruktion av world wide web 1991 och den första grafiska webbbrowsern, Mosaic, 1993. Under början av 1990-talet började också USA:s vicepresident Al Gore, snart följd av president Bill Clinton, tala om ”information super-highways”, ett begrepp som ganska snart blev synonymt med internet.<sup>9</sup> Ett genombrott i den svenska offentligheten fick internet i februari 1994 när dåvarande statsminister Carl Bildt skickade ett e-postmeddelande till Bill Clinton, det första epostmeddelandet mellan två regerings-

# Välkommen till Helsingborg



Foto: Bertil Hagberg



✖ Annonsera på Internet

Helsingborgs kommuns hemsida 1997. Länk till *HD* på ingångssidan.

chefer. Samma månad presenterade också Bildt initiativet till den statliga IT-kommissionen, som han själv skulle leda, och utlovade en miljard i satsningar på it i skolan.<sup>10</sup> Det internationella och nationella intresset för internet satte också spår på det lokala planet: it-intresserade tekniker och ledning på det kommunägda energibolaget Öresundskraft i Helsingborg såg en teknisk och affärsmässig möjlighet i internet. Bolaget ville bli leverantör av internetabonnemang till företag och privatpersoner i regionen. För att det skulle bli intressant krävdes också ett attraktivt innehåll i nätet. I det sammanhanget såg de *Helsingborgs Dagblad* som ett lockbete. Även i Helsingborgs centrala kommunala förvaltning och bland ledande politiker fanns det ett nyväckt intresse för internet:

Vi i ledningsgruppen på HD blev nedbjudna till Rådhuset vintern 1994–95 för en föreläsning av internet. De hade riggat upp en dator. Det var representanter för Öresundskraft och kommunen. Jag minns hur fascinerade vi blev med en gång. Det jag minns mest var hur vi tittade på en handlare på amerikanska östkusten som bjöd ut amerikanska bilar. Det tog tid, det var en långsam förbindelse.<sup>11</sup>

Som framgår av den tidiga webbadressens konstruktion var den också kopplad direkt till kommunens hemsida. Det enklaste sättet att leta upp tidningen var att gå in på *www.helsingborg.se* och därifrån klicka på HD-ikonen. Det var först under 1998 som man gick över till den egna och betydligt enklare adressen *hd.se*.

### Den redaktionella miljöns betydelse

Det vanliga mönstret för svenska dagstidningars tidiga introduktion på internet var att enskilda teknikintresserade personer i organisationen var pådrivande, snarare än att det handlade om någon medveten redaktionell eller affärsmässig strategi.<sup>12</sup> Den bilden stämmer med *Helsingborgs Dagblad*, där mannen bakom internetsatsningen var Christer Klingborg. Han hade radiobakgrund och var anställd för att sköta tekniken vid *Helsingborgs Dagblads* radiotaltidning. Han kände till utländska exempel på dagstidningar som gått ut på internet och diskuterade det med redaktionsledningen och hade täta kontakter med Öresundskraft. Dessutom hade han den tekniska lösningen i sin hand. Radiotaltidningen var en inläst version av dagstidningen som skickades ut under natten till synskadade som hade särskilda mottagare. Det fanns två system för konverteringen av text till ljud: antingen en manuell inläsning av en särskild taltidningsredaktion eller automatisk talsyntes. *Helsingborgs Dagblad* hade valt den senare modellen, och det innebar alltså att allt textmaterial i tidningen redan fanns tillgängligt som digitala filer. Teknikern Christer Klingborg kom på hur man kunde omvandla de filerna till internetpråket HTML. Kostnaden för att modifiera systemet var bara 50 000 kronor och innebar i princip inget merarbete. Eskil Jönsson tror inte att *Helsingborgs Dagblad* hade gått ut på internet så tidigt om man inte haft denna enkla tekniska lösning till hands.<sup>13</sup>

Men webbsatsningen var också beroende av en redaktionell miljö med en öppenhet för nya idéer. Traditionellt hade *Helsingborgs Dagblad* varit en konservativ tidning, såväl när det gäller politisk färg och innehåll som redigering, ledd och präglad av Ove Sommelius under drygt 50 års tid. Han var chefredaktör 1924–1974, vd 1926–1974 och därefter ordförande i bolagsstyrelsen, politisk huvudredaktör och ansvarig utgivare till sin död 1977. Familjen Sommelius hade ägarintressen i tidningen från början av seklet, ökade sitt ägarinnehav kraftigt under 1920-talet och fick ägarmajoritet från 1931.<sup>14</sup> Tidningen började förändras i modernare riktning när sönerna Staffan och Sören Sommelius började få inflytande över tidningen från slutet av 1960-talet. Sören Sommelius var först kulturredaktör och sedan chefredaktör och vd 1974–1977, och därefter styrelseordförande och kulturredaktör. Under 1970-talet ändrades tidningens politiska beteckning från ”moderat” till ”oavhängig”, efter inspiration från danska *Information*.<sup>15</sup> En viktig person i förändringsarbetet var också Lars Wilhelmsson som blev redaktionssekreterare 1968 och efterträdde Sören Sommelius som chefredaktör 1977.<sup>16</sup>

”Initiativen till förnyelse kunde vara snabba – som när Lars Wilhelmsson och nattredaktören Lennart Franck på eget bevåg en kväll införde ettapuffar i stället för artikelupptakter med övergång till insida.”<sup>17</sup> I början av 1970-talet förändrades också den redaktionella inriktningen. Traditionellt hade tidningens bevakningsområde sträckt sig över hela nordvästra Skåne och även upp i södra Halland och det sydvästra hörnet av Småland. Men nu beslutade man att lägga ner en rad lokalredaktioner, bara Höganäs, Bjuv och Åstorp behölls. Nyhetsbevakningen koncentrerades till Helsingborg och dess närområde. När ett antal journalister flyttades in från de nedlagda lokalredaktionerna till huvudredaktionen innebar det en förnyring och personell förstärkning och gav därmed förutsättningar för en redaktionell förnyelse. Tidningen stärkte sin ställning på utgivningsorten och den totala upplagan ökade från 35 000 i slutet 1960-talet till 60 000 exemplar 1990. *Helsingborgs Dagblad* blev en tidning med god ekonomi och starka ambitioner att vara något mer än bara en lokaltidning. Både av journalistiska skäl, och för att förhindra att *Sydsvenskan* i Malmö skulle bryta sig in på Helsingborgsmarknaden, hade *Helsingborgs Dagblad* utförliga inrikes- och utrikes-

sidor, och inte minst en ambitiös kulturbevakning ledd av Sören Sommelius.

Det fanns också en öppenhet för att pröva nya medier. I slutet av 1980-talet ägde tidningen under några år en grupp teknikföretag, som bland annat arbetade med systemutveckling för tidningsproduktion. Under några veckor i maj och juni 1990 experimenterade *Helsingborgs Dagblad* med att sända lokala nyheter över kabeltevenätet i Helsingborg, men övergav den satsningen av kostnadsskäl.<sup>18</sup> 1993 släpptes lokalradion fri och många lokala och regionala tidningar engagerade sig i det nya mediet.<sup>19</sup> En av dem var *Helsingborgs Dagblad*, som gick in som aktiv delägare i *Radio Stella*, en lokal kommersiell radiokanal i Helsingborg som startade i december 1993. När möjligheten med internet dök upp var det alltså i en tidning med stark ställning på den lokala marknaden, med en journalistisk kultur präglad av självförtroende och där man var beredd att satsa på ny teknik och nya medier.<sup>20</sup>

Webbjournalistik var ett nytt fält. Man tyckte att det var kul att hålla sig framme. Man kunde redan då se att internet innebar nya möjligheter. Då var det oskuldsfullt, det fanns inga grubblerier över långsiktiga konsekvenser. Det fanns en nybyggaranda, vi ville erövra ett nytt territorium. Vi hade inga förebilder. Det funderades lite grann, men man avsatte inga särskilda resurser till internet. Det dröjde innan man anställde journalister till det.<sup>21</sup>

Varför väljer en svensk dagstidning att lägga ut hela sitt innehåll fritt tillgängligt på ett datanät – ett innehåll som man i pappersform tar betalt för av prenumeranter och lösnummerköpare? Det fanns praktiska skäl som att det inte fanns någon fungerande betalfunktion på internet och dessutom trodde man inte heller att ”läsningen på dator” skulle vara särskilt attraktiv för dem i närområdet; det sågs mest som en tjänst för helsingborgare i förskingringen. Man såg också att det fanns ett marknadsföringsvärde i att vara först på internet, med tanke på den uppmärksamhet som fanns kring it-frågor i det omgivande samhället. Radiointervjun med Ulf Elfving var ju ett tecken på att det lyckades. Men det fanns också en ideologisk aspekt i att lägga ut tidningen gratis. Internet var inte bara ett tekniskt system, utan också en uppsättning av föreställningar om fritt och öppet utbyte av information.

Teknikhistorikern Patrice Flichy menar att den *imaginaire* om nätverksbyggande och fritt tankeutbyte som byggts upp av internet- och personatorpionjärerna under 1970- och 1980-talen, framför allt i Kalifornien, överlevde även när etablerade medier och affärsdrivande företag började intressera sig för internet på 1990-talet.<sup>22</sup> Rich Ling påpekar att i vissa fall kan rätt slagord, rätt *visionary rhetoric*, vid rätt tidpunkt, styra utveckling och tillämpning av en ny teknologi.<sup>23</sup> Och internet som ideologi uttrycks framför allt i slagordet *Information wants to be free*.

### Mer teknik än journalistik

Det var en tekniker som höll i *Helsingborgs Dagblads* webbsatsning, och i tidningshuset såg man det mer som ett tekniskt experiment än ett journalistiskt. Christer Klingborg skötte utläggningen på internet och såg till att det såg snyggt ut. Han lade inte till några nyheter förrän nästa dags tidning lades ut dagen efter. Det enda material som kunde tillkomma var i en gästbok, där läsare kunde skriva egna kommentarer. Däremot försökte man exploatera det tekniska intresset för internet bland helsingborgarna. Tidningen erbjöd sig att fungera som webbhotell för privatpersoners hemsidor för 400 kronor i månaden, och kunde mot betalning även erbjuda teknisk hjälp med att bygga egna hemsidor. I och med att det inte gjordes något redaktionellt urval av vad ur papperstidningen som skulle läggas in på webbsidorna, var redaktionen helt fränkopplad från internetsatsningen under den första tiden.<sup>24</sup>

Från början fick webbtidningen en relativt stor internationell publik, beroende på att Ericsson skickade ut ett meddelande till sina svenska anställda utomlands att det nu fanns en svensk tidning på internet. ”Det var stort jubel när det började komma e-post från alla håll i världen”, berättar Eskil Jönsson. En läsarundersökning gjord i november 1996, alltså ett och ett halvt år efter att tidningen gått ut på nätet, visade att av besökarna på sajten var 87 procent män och 13 procent kvinnor. 41 procent av besökarna var 20–29 år, 25 procent 30–39 och 14 procent 40–49. 66 procent av besökarna fanns i Sverige, 8 procent i övriga Europa och 19 procent i Nordamerika.<sup>25</sup> Siffrorna speglar att internetanvändningen vid den tiden dominerades av yngre män. Nord-

amerikas dominans mot Europa utanför Sverige, kan framför allt tolkas som att internetutvecklingen var relativt långsam i stora delar av Europa jämfört med i USA. Det finns ingen geografisk uppdelning i undersökningen av dem som kom från Sverige; det hade varit intressant att se hur många av läsarna i Sverige som kom från tidningens primära spridningsområde och hur många som kunde räknas in i kategorin ”helsingborgare i förskingringen”. I vilket fall var de absoluta talen inte så höga. I december 1996 hade *Helsingborgs Dagblad* i genomsnitt 500 besökare om dagen på sin webbplats.<sup>26</sup>

Det besöksantalet var inte särskilt högt ens vid den här tiden. Andra tidningar hade också startat internetsatsningar och kommit ifatt och i en del fall gått om *Helsingborgs Dagblad*. Tidningsledningen tillsatte i oktober 1996 en arbetsgrupp för att utveckla webben. Man började alltså diskutera webbstrategi ett och ett halvt år efter att tidningen gått ut på internet – en god illustration till iakttagelsen att tidningars internetsatsningar framför allt kom ur entusiasm för den nya tekniken snarare än redaktionella och affärsmässiga strategier.<sup>27</sup> Arbetsgruppens arbete resulterade i att man inrättade den första internetavdelningen på tidningen, bestående av en tekniker, en annons säljare och en journalist. Dessutom hade man också hjälp av en ”experttekniker” – han gick i tvåan i gymnasiet och ryckte in när det behövdes.<sup>28</sup>

Den första journalisten som anställdes på webbredaktionen var Michael Hansson. Hans uppgift var inte i första hand journalistisk, utan att åstadkomma något ”mer”. Han började med att bygga upp en databas med tidningens filmrecensioner, sedan en databas med tidningens krönikor. Andra tjänster testades också, som valutaväxlare och vädertjänster. När inte SMHI kunde leverera material till internet förhandlade chefredaktören Eskil Jönsson med amerikanska vädersajter. Man byggde också upp en tjänst där man via hemsidan kunde beställa hämtmat från ett antal restauranger i Helsingborg och få den hemkörd med Helsingborgs Taxi. Enligt Michael Hansson blev det ingen större succé: ”Det var Sveriges första pizzaaffär på nätet. Men det beställdes bara två pizzor. Jag och min kompis köpte varsin. Det var inte moget för det ännu.”

De första bevarade exemplaren av *Helsingborgs Dagblads* webbtidning är från 1997. Designen är tidstypiskt ”cyberflashig”, med en logotyp



[Dagens Tidning](#)  
[Dagens annonser](#)  
[Senaste nytt](#)  
[Tidningsarkiv](#)  
[Daily news in](#)  
[English](#)  
[Väderlänkar](#)  
[Krönikörena](#)  
[Gästbok](#)  
[Internetreklam](#)  
[Företagspresentation](#)  
[Årsredovisning -96](#)  
[Kontakta HD](#)  
[Filmguiden](#)  
[Planket](#)  
[Valutavärdare](#)  
[Reportage](#)  
[Webbhotell](#)  
[Nickebo](#)  
[Anna-Karin](#)  
[Helsingborgs nya](#)  
[Museum](#)  
[Hemmakrogen](#)  
[Golfävling NYTT](#)  
[På gång i regionen](#)  
[Hemma hos...](#)  
[Sök på Internet](#)  
[Kontaktannonser](#)  
[Sommarkusten NYTT](#)  
[Skåneleden NYTT](#)



<p><b>Registrera din privata hemsida</b></p> <p>Visa världen att du har egen hemsida. Anmäl dig på Hemma hos...</p>	<p><b>Beställ mat på Hemmakrogen</b></p> <p>Grand Hotel, Chinatown, McDonalds, Teaterkatten, Pizzeria Ringstorp</p>	<p><b>"Bläddra" i gamla tidningar</b></p> <p>Du kan söka i Helsingborgs Dagblad en månad tillbaka.</p>	<p><b>Väder på Internet!</b></p> <p>Väderlänkar, sjörapport, pollenrapport och väderprognoser.</p>

Mer hemsida än webbtidning. *hd.se* den 18 juli 1997.

där *HD* och *Helsingborgs Dagblad* samsas med ett stort @-tecken. Under logotypen finns fyra stora huvudikoner formade som apparatknappar: "Registrera dig på din privata hemsida", "Beställ mat på hemmakrogen", "'Bläddra' i gamla tidningar", samt "Väder på internet". Grundstrukturen är mycket lik Helsingborgs kommuns hemsida, där man har två rader av klickbara ikoner med samma knapputformning under kommunhuvudet – varav en ikon leder just till *Helsingborgs Dagblad*. I en smalspalt till höger på sidan finns klickbara rubriker till övrigt innehåll: Dagens tidning, Dagens Annonser, Senaste nytt, Tidningsarkiv, Daily News in English, Valutavärdare, Filmguiden, Webbhotell, Internetreklam, På gång i regionen, Gästbok, Sök på internet, Företagspresentation, Kontakta HD, Årsredovisning, Reportage, Krönikörerna,

Sommarkusten, Hemma hos. Det här kan snarare beskrivas som en *hemsida* än en webbtidning. Det som dominerar sidan är servicefunktioner, som matbeställning, evenemangskalender och väder. Många av funktionerna bygger på internets djupdimension, dess funktion som *arkiv* till skillnad från den flyktigare dagstidningen med sin 24-timmars nyhetscykel. Här kan man hitta material dels direkt ur tidningsarkivet, dels valt och bearbetat arkivmaterial som samlade filmrecensioner, krönikor och reportageserier ur tidningen. *Helsingborgs Dagblads* specialitet att lägga ut hela tidningen finns kvar. Inte bland de fyra ikonerna, men som första alternativ i spalten. Det som kallas Senaste nytt kommer först på tredje plats.

Den här uppläggningsen av tidningens webbplats visar att tidningsledningen vid den tidpunkten i första hand var intresserad av att testa det nya internetmediets servicefunktioner och kommersiella möjligheter, snarare än att se det som ett journalistiskt medium. *Helsingborgs Dagblad* hade inga egentliga förebilder utan testade sig fram med olika tjänster för att hitta det som kunde bli ekonomiskt intressant. På det sättet hade *Helsingborgs Dagblad* en viss försprångsnackdel jämfört med de som kom in senare i det nya mediet och kunde lära av det som redan hade gjorts.

### Webbtidningen blir nyhetsförmedlare

Medieforskaren Rudolf Stöber skriver att nya medieformer (liksom uppfinningar i allmänhet) efter själva konstruktionen genomgår en process av *social institutionalizing*, då de efterhand finner sina tillämpningar. Ofta uppfattas de i sitt första stadium bara som en förbättring av ett existerande medium, och under processen av social institutionalisering kan de som tolkar och börjar tillämpa den nya medieformen progressivt utveckla den till ett nytt medium.<sup>29</sup> När *Helsingborgs Dagblad* gick ut på internet var det för att helt enkelt sprida den egna tryckta tidningens texter vidare i ett nytt medium, man såg internet som en förlängning av papperstidningen till dem som befann sig utanför tidningens vanliga spridningsområde men ändå ville följa fotbollslaget HIF och andra nordvästskånska företeelser. När man ett och ett halvt år efter webbstarten knöt en journalist till webben var det inte primärt

för att bedriva dagsaktuell webbjournalistik, utan för att skapa olika typer av servicetjänster.

Jag gjorde den första webbnyheten 1996. Greenpeace gjorde en aktion i Helsingborg, och när en reporter här på redaktionen skulle intervjua en Greenpeacetjej som stod på ett tak, upptäckte han att hon redan var intervjuad i nättidningen. Han skällde ut mig när han kom tillbaka till redaktionen – och är lite skamsen för det när jag påminner honom nu efteråt.<sup>30</sup>

Jämsides med processen av social institutionalisering pågick också en process som teknikhistorikern Brian Winston kallar "the 'law' of suppression of radical potential".<sup>31</sup> Det är ett fenomen som han menar nästan lagmässigt inträffar när en etablerad institution försöker anpassa nya innovationer i etablerade former; i den processen finns både krafter som försöker påskynda utvecklingen och krafter som försöker bromsa och begränsa den. På *Helsingborgs Dagblad* användes internet i första hand för att sprida den tryckta tidningen och lansera servicefunktioner, det var i första hand den tekniska nyfikenheten och nyfikenheten inför det nya mediets ekonomiska och marknadsföringsmässiga möjligheter som var pådrivande i processen. När webbredaktören gjorde intrång på tidningens redaktionella kärna, själva nyhetsarbetet, och visade sig kunna komma ut med nyheter mycket snabbare än övriga journalister trampade han på en öm tå, och många av tidningens journalister förvandlades till bromsklossar, som ville begränsa den radikala potentialen i den nya innovationen.

För det var ju inte så som Eskil Jönsson trodde 1995 att ingen ville läsa tidningen på datorn när man kunde läsa den på papper. Det skedde en mycket snabb utveckling av datortätheten under andra halvan av 1990-talet både på arbetsplatser och i hemmen. Mellan 1995 och 1999 tiodubblades andelen hushåll med tillgång till internet från 4 procent till 42 procent i Sverige, och en internetuppkoppling utnämndes av Handels utredningsinstitut till årets julklapp 1996.<sup>32</sup> Det innebar att det började finnas en ganska stor grupp internetläsare på den lokala marknaden. En konsekvens av den insikten var det mindre lyckade försöket att sälja hämtmat online. Men från det var det ett betydligt större steg att lägga ut nyheter och konkurrera med själva tidningen på


den lokala läsarmarknaden. Michael Hansson berättar att han fortsatte att skriva artiklar direkt för webben, och även i viss mån lägga ut nyheter, men att "[d]et var känsligt som fan. Minsta grej måste vägas på guldväg så att man inte retade upp redaktionen". Den andra journalisten på *Helsingborgs Dagblad* som anställdes som webbredaktör, Hedvig Juhasz Toth, säger: "I början var det lite småmysigt att vi hade en webbtidning. Men i och med att prenumerationerna minskade fick vi skulden för det. Det var starkt motstånd i början att lägga ut material innan det hade varit i tidningen."

Det är intressant att jämföra med andra webbtidningar vid den här tiden: *Aftonbladet*, som började med nyheter på webben i februari 1995 var 1997 helt inriktad på nyheter. Hela ingångssidan bestod av klickbara rubriker till nyhetstelegram och artiklar. *Aftonbladet* var stilbildande på webben. De båda Malmötidningarna *Sydsvenskan* och *Arbetet* startade egna webbtidningar 1996–1997 och de hade också helt nyhetsinriktade förstasidor. (Den tredje morgontidningen i Malmö, *Skånska Dagbladet*, hade enbart en hemsida med kontaktuppgifter.)<sup>33</sup> Den webbmodell som redan då hade blivit förhärskande i dagstidningarnas institutionalisering av det nya mediet var alltså en webbanpassad remediering av dagstidningens nyhetsfunktion, med en blandning av artiklar ur tidningen, telegram från nyhetsbyråer och nya nyheter framför allt från blåljussfären (det vill säga polis, räddningstjänst, rättsväsende). Men både *Aftonbladet* och de båda Malmötidningarna befann sig i en annan konkurrenssituation än *Helsingborgs Dagblad*. Det stärkte de tidningarnas position om de var först med nyheterna på sin läsarmarknad, även om det "bara" var på webben. Som helt dominerande på sin lokala läsarmarknad saknade *Helsingborgs Dagblad* däremot det argumentet för att lägga ut nyheter. Många på redaktionen ansåg att den enda effekten var att det urholkade den tryckta tidningens attraktionskraft och man talade om att webben "kannibaliserade" på tidningen.<sup>34</sup>

Men om man tittar på *Helsingborgs Dagblads* webbsidor några år senare, 2000, när webbtidningen också bytt adress till det något enklare *hd.se*, ser man att det inträtt en klar förändring. Man har övergett den tidigare modellen att i första hand erbjuda webbaserade tjänster, för att i stället förmedla nyheter. Även uppbyggnaden av sidan var mer tidningslik än tidigare, med en bred nyhetsspalt under sidhuvudet med



## NYHETERNA

Startsidan  
Dagens tidning  
Senaste nytt  
Radionyheterna   
Arkivet  
Mediearkivet  
IT & teknik  
WAP & PDA  
Näringsliv  
**Tipsa HD!**

## SPORTEN

Matchen Direkt!  
Champions League

## VÄDRET

Vädret  
Golfvädret  
Väderskolan

## FORUM

Debatt  
Ung Talan  
Gästboken  
Kontakta oss  
Skriv insändare

## NÖJE

Student  
Filmguiden  
Meny (lunch)  
Sök på Internet  
Kärnan i VR  
Valutaväxlare

## Locket på när det gäller B&W:s framtid på Väla

ANNONSERV

Efter måndagens möte i Stockholm om B&W:s framtid på Väla har alla parter valt att lägga locket på.  
KF:s stormarknadschef Andreas Falkemark säger till HD:s radionyheter att man vill informera all personal innan någon information lämnas.  
Ytterligare ett möte i KF-ledningen kommer att hållas i morgon onsdag.

© Helsingborgs Dagblad 10/10 kl 14.00

[Läs även dagens HD på nätet »](#)

ANNONSERV


[Företagsguiden »](#)


## senaste nytt

NYHETER FRÅN HD.

- |                |  |
|----------------|--|
| 10/10 kl 17.10 | Treklövern river hyreshus i Klippan                      |
| 10/10 kl 17.08 | Rättegång mot 21-åringen som hotat Klippans kommunalråd  |
| 10/10 kl 14.03 | HD:s chefredaktör tar adjö                               |
| 10/10 kl 14.01 | Överläkare i Skåne opererade bort cysta - som inte fanns |



Mer webbtidning än hemsida. *hd.se* den 10 oktober 2000.

tidningens namn, och en smal orienteringsspalt med länkar i vänsterkanten. Det är det som Lynne Cooke kallar "a three panel layout" och ser som utmärkande för den första tidens webbdesign.<sup>35</sup> Nyhetsspalten toppades av en nyhet med rubrik och text, där det också angavs när den lades in. Under det fanns länken "Läs även dagens HD på nätet" där man som tidigare kunde hitta samtliga artiklar i den tryckta tidningen. Nedanför fanns rubriken "senaste nytt" med ett tiotal rubriklänkar till kortfattade nyheter, inlagda i tidsordning med nyast överst, de flesta från samma dag. Det fanns också en sida med ljudfiler från den aktuella dagens sändningar i *Radio Stella*.

## Radionyheter skänker webben legitimitet

*Helsingborgs Dagblad* hade alltså övergivit sin hemsnickrade modell, och anslutit sig till den mer nyhetsinriktade som var förhärskande i den svenska pressen. Både inflytandet från andra tidningar och svårigheten att kommersialisera de tjänster man erbjudit på hemsidan spelade in. Men en ledtråd till en lokalt avgörande faktor var ljudfilen till *Radio Stella*. 1999 började nämligen ett redaktionellt samarbete mellan den lokala radiostationen och den lokala tidningen. En särskild radioredaktion med två reportrar på heltid och en på deltid inrättades med en egen radiostudio i tidningshuset – som därmed kunde titulera sig mediehus. Radioredaktionen fick också ansvar för att uppdatera webben, men detta sågs mer som en bisyssla. ”Vi kände oss mer som radioreportrar än webbreportrar”, säger journalisten Nina Sköldqvist som arbetade på radio- och webbredaktionen. Torbjörn Dencker som också anställdes på radioredaktionen kom från radiobakgrund. Även andra journalister på tidningen kunde engageras i radioarbetet, men medverkan var frivillig. De som ville fick ta med sig en bandspelare ut på presskonferenser och andra uppdrag och göra intervjuer som sedan redigerades av radioredaktionen.<sup>36</sup> En hel del tyckte att det var en intressant och utmanande utvidgning av det journalistiska arbetet; Michael Hansson berättar till exempel hur han anordnade och direktsände en improviserad politisk debatt med kombattanterna stående i en telefonkiosk i landstingshuset i Kristianstad.

Radio var ett mycket mer etablerat medium än webben, och i radio är det en etablerad mediekonvention att nyheter sänds ut så nära i tiden som möjligt efter att de inträffat – till och med i direktsändning om omständigheter och teknik tillåter det. Så även på *Radio Stella* var det naturligt att nyheterna inte kunde vänta tills de publicerats i tidningen utan sändes ut så fort som möjligt, bland annat i konkurrens med Sveriges Radios lokala kanaler *Radio Malmöhus* och *Radio Kristianstad* som verkade i området.<sup>37</sup> Även här fanns det ett visst internt motstånd när man utnyttjade det nya mediets radikala potential: ”Man tyckte att vi skänkte bort nyheter. Men samtidigt såg man att vi slog *Radio Malmöhus* på fingrarna. Efterhand som tiden gick var det många som svängde”, säger Eskil Jönsson.

NYHETERNA

VÄDRET

FORUM

NOJE

KUNDCENTER

ANNONSER

Nyheterna sänds i **Radio Stella, 106.0 FM**. Sändningstiderna står i höger spalten och på radion.

Radionyheterna från HD är i RealAudio. För att kunna lyssna behöver du en RealPlayer. Ladda hem RealPlayer 8 Basic gratis »



# radionyheter

LYSSNA PÅ NYHETER FRÅN HD.



Senaste sändningen » (RA)

Välj en sändningstid:

kl 06:30  
kl 07:30  
kl 08:30  
kl 09:30  
kl 12:30  
kl 15:30  
kl 16:30  
kl 17:30

(En sändning går inte att lyssna på förrän det angivna klockslaget är passerat.)

TIPSA REDAKTIONEN!

tel 042 - 17 50 00  
fax 042 - 17 50 01

radio@hd.se  
redaktionen@hd.se

STARTSIDAN »  
DAGENS TIDNING »

Webben kopplas till Radio Stella

Eftersom nyheterna gick ut i radion innan de publicerades i den tryckta tidningen, blev det också större acceptans för att de också samtidigt publicerades på tidningens webbsida. Under en känslig övergångsperiod mellan servicemedium och nyhetsmedium kunde alltså det nya mediet internet ta rygg på radion och *låna legitimitet* från det mer etablerade mediet. På det sättet fick webben en viss frizon för sin egen utveckling till ett medium för snabba nyheter.

Samarbetet med *Radio Stella* blev relativt kortvarigt. Av ekonomiska skäl trappades nyhetsdelen i *Radio Stella* ner 2002.<sup>38</sup> Radiostudion i tidningshuset avvecklades, ljudfiler till *Radio Stella* levererades i ytterligare ett par år i minskande omfattning – men radioredaktionen hade omvandlats till en nyhetsinriktad webbredaktion.<sup>39</sup>

Utvecklingen av den tidiga webben på *Helsingborgs Dagblad* kan ses som en illustration till Pablo Boczkowskis och David Domingos upp-

fattning att webbutvecklingen inte präglas av någon ensidig teknisk determinism, utan får ses som ett uttryck för den specifika relation mellan teknik, organisation, journalistik och publik som rådde vid det tillfället och på den platsen. Redaktionsledningen valde i början en annan väg än det som på annat håll blev den dominerande formen av social institutionalisering av webben (som snabb nyhetsförmedlare). I stället såg man på *Helsingborgs Dagblad* i början internet mer som ett tekniskt och ekonomiskt projekt, där man framför allt försökte utveckla olika servicefunktioner. En orsak till det var tidningens position som dominerande nyhetsmedium inom sitt spridningsområde, som skapade en större inneboende tröghet i organisationen än hos en tidning i en hård konkurrenssituation som måste vara beredd att agera snabbare på förändringar i omvärlden. På *Helsingborgs Dagblad* såg man ingen större anledning att lämna ut nyheterna innan de kom i papperstidningen, utan – med Brian Winstons begrepp – försökte i stället krafter inom organisationen undertrycka webbens radikala potential.

Det var först när det kom in ett annat nyhetsmedium, den lokala radiokanalen, i tidningshuset som situationen förändrades, eftersom radion redan var ett etablerat medium för snabba nyheter. Här skedde det jag kallar ett *medielån*, där webben *lånade legitimitet* av ett mer etablerat medium, för att på det sättet kunna utnyttja sin radikala potential och etablera sig som primärt ett medium för snabba nyheter – vilket ju redan var den dominerande formen av social institutionalisering i omvärlden.

Den interna diskussionen om vad som skulle publiceras på webben och vad som skulle sparas till pappret var inte över för det på *Helsingborgs Dagblad*. Det fanns fortfarande både pådrivare och bromsklossar i tidningshuset, men i backspeglarna kan det ändå ses som att ett första avgörande steg mot att etablera webben som ett självständigt nyhetsmedium hade tagits.



## Noter

- 1 *Efter 3*, 4/5 1995.
- 2 Numera är den typen av intervju med öppna frågor mest känd som "Savat-skimetoden", efter den kanadensiska journalistutbildaren John Savatski. Se Björn Häger, *Intervjuteknik*, Stockholm 2007.
- 3 Först i världen var *San Jose Mercury* den 14 januari 1994. David Carlsson, "The history of digital journalism", i *Digital journalism. Emerging media and the changing horizons of journalism*, Kevin Kavamoto (red.), Oxford 2003.
- 4 Niclas Mattsson & Christian Carrwik, *Internetrevolutionen. 1000 dagar som förändrade Sverige*, Stockholm 1997; Intervjuer med Joakim Jardenberg, webbpijonjär och konsult och Mark Comerford, webbpijonjär och lärare vid Linköpings Universitet.
- 5 Samtliga webbtidningsexempel och illustrationer i texten är hämtade från *web.archive.org*.
- 6 Thomas Huges, "The evolution of large technical systems", i *The social construction of technological systems. New directions in the sociology and history of technology*, Wiebe Bijker, Thomas Huges & Trevor J. Pinch (red.), Cambridge, Mass. & London 1989; Jane Sumerton, "Stora tekniska system. En introduktion till forskningsfältet", samt Lars O. Olsson, "Offshore som livboj. Varvs-krisen och försöken till omorientering", båda i *Den konstruerade världen. Tekniska system i historiskt perspektiv*, Pär Blomkvist & Arne Kaijser (red.), Stockholm/Stehag 1998.
- 7 Pablo J. Boczkowski, *Digitizing the news. Innovation in online newspapers*, Cambridge, Mass. 2005.
- 8 David Domingo, "Inventing online journalism. A constructivist approach to the development of online news", i *Making online news. The ethnography of new media production*, Chris Paterson & David Domingo (red.), New York 2008; Boczkowski 2005.
- 9 Carlson 2003; Patrice Flichy, *Understanding technological innovation. A socio-technical approach*, Cheltenham & Northampton 2007.
- 10 Mattson & Carrwik 1998; Lars Ilshammar, *Offentlighetens nya rum. Teknik och politik i Sverige 1969–1999*, Örebro 2002.
- 11 Intervju med Eskil Jönsson, före detta chefredaktör *Helsingborgs Dagblad*.
- 12 Börje Alström & Lowe Hedman, "Medieföretag utan strategier", i *På väg mot medievärlden 2020. Journalistik, teknik, marknad*, Håkan Hvitfelt & Gunnar Nygren (red.), Stockholm 2005.
- 13 Mattsson & Carrwik 1998; intervju Eskil Jönsson.
- 14 Kjell Lüsich, "När det verkliga luktade tidning. Kjell Lüsich om 50- och 60-talens HD", i *125 års dagblad. En rapsodisk tidningskrönika*, Jonas Nilsson (red.), Helsingborg 2002; Per Rydén, "Guldåldern (1919–1936)", i *Den*

- svenska pressens historia*, III. *Det moderna Sveriges spegel*, Karl Erik Gustafsson & Per Rydén (red.), Stockholm 2001.
- 15 Intervju med Sören Sommelius, kulturredaktör, styrelseordförande Helsingborgs Dagblad AB.
  - 16 Karl Erik Gustafsson, "I datorernas värld (efter 1975)", i *Den svenska pressens historia*, IV. *Bland andra massmedier (efter 1945)*, Karl Erik Gustafsson & Per Rydén (red.), Stockholm 2002.
  - 17 Sven-Åke Olofsson, "En revolutionerande tid. Sven-Åke Olsson om HDS moderna historia", i *125 års dagblad. En rapsodisk tidningskrönika*, Jonas Nilsson (red.), Uddevalla 2002, s. 134.
  - 18 Under de senaste åren har *Helsingborgs Dagblad* tagit upp teveidén och sänt en slinga på 20 minuter om dagen med nyheter och reportage i det lokala kabelnätet. Men våren 2013 beslöt tidningsstyrelsen att lägga ner de reguljära tevesändningarna av ekonomiska skäl och koncentrera sig på webbtve.
  - 19 Gunnar Nygren & Maria Zuiderveld, *En himla många kanaler. Flerkanal-publicering i svenska mediehus*, Göteborg 2011.
  - 20 Gustafsson 2002; intervju med Sören Sommelius.
  - 21 Intervju med Sören Sommelius.
  - 22 Flichy 2008; Manuel Castells, *Internetgalaxen. Reflektioner om internet, ekonomi och samhälle*, Göteborg 2002.
  - 23 Rich Ling, "From the telegraph and telephone to the Negroponte switch", i *Media, technology and society. Theories of media evolution*, Russel Neuman (red.), Ann Arbor 2010.
  - 24 Intervju med Eskil Jönsson.
  - 25 Mia Verhoeff, "De som vågar. Helsingborgs Dagblad och Sundsvalls Tidning", i *Pressen på internet*, Lowe Hedman (red.), Uppsala 1998.
  - 26 Verhoeff 1998. Nu ligger antalet unika besökare på 280 000 i veckan, det vill säga cirka 40 000 om dagen, KIA-index september 2012.
  - 27 Alström & Hedman 2005.
  - 28 Intervju med Michael Hansson, journalist på *Helsingborgs Dagblad*. Experten i fråga, Noah Williamsson, fick sen jobb som webbt tekniker och jobbar fortfarande med det på HD.
  - 29 Rudolf Stöber, "What media evolution is. A theoretical approach to the history of new media", *European Journal of Communication* 2004:4.
  - 30 Intervju med Michael Hansson.
  - 31 Brian Winston, *Media, technology and society. A history. From the telegraph to the Internet*, London & New York 1998.
  - 32 Annika Bergström, *nyhetsvanor.nu. Nyhetsanvändning på internet 1998 till 2003*, Göteborg 2005.
  - 33 Samtliga webbtidningar lästa genom *web.archive.org*.
  - 34 Intervjuer med Michael Hansson, Eskil Jönsson och Joakim Jardenberg.

- 35 Lynn Cooke, "A visual convergence of print, television, and the Internet. Charting 40 years of design change in news presentation", *New Media and Society* 2005:1.
- 36 Intervjuer med Nina Sköldqvist, Torbjörn Dencker och Michael Hansson, journalister på *Helsingborgs Dagblad*.
- 37 Indelningen följde den tidigare länsgränsen: i nordvästra Skåne bevakade *Radio Malmöhus* Helsingborg, Höganäs och Landskrona och *Radio Kristianstad* Ängelholm och Båstad.
- 38 Det var vanligt att lokala och regionala tidningar engagerade sig i den kommersiella radion när den startade, men också att de drog sig ur för att de inte kunde få ekonomi i en verksamhet med lokala nyheter i radion. Nygren & Zuiderveld 2011.
- 39 Intervjuer med Nina Sköldqvist, Michael Hansson och Torbjörn Dencker.

# Mediesymbolik och minnesdynamik

*Bikiniatollen  
mellan mediehändelse och världsarv*

MARIE CRONQVIST

Från detta avgränsade område av små öar mitt i den stora oceanen utgår en myriad av symboler som har genomsyrat vår globala kultur, såsom det universellt igenkännbara svampmolnet, bikinibaddräkten och den radioaktiva, populärkulturella ikonerna Godzilla. Vidden, mångfalden och den globala betydelsen av Bikiniatollens symboliska räckvidd bekräftas av de oräkneliga konstverk, musikstycken, filmer och litterära verk som har berörts och inspirerats av händelserna på Bikini.<sup>1</sup>

Enligt spridda uppgifter hade ögruppen Bikiniatollen varit befolkad i två tusen år innan den hastigt, resolut och permanent evakuerades 1946. Med USA:s beslut att förlägga sina kärnvapenprov dit under det kalla krigets första och frostiga decennium hamnade den avlägsna stillahavsatollen plötsligt i storpolitikens virvlande centrum. Kring atombombstesterna formades omedelbart starka kulturella föreställningar och berättelser om ett paradoxalt möte mellan, å ena sidan, atomålderns högteknologiska vapenkapprustning och, å andra sidan, det tidlösa paradiset med sina kritvita sandstränder, oförstående urbefolkning och stillsamt vajande palmer.

Medierna hade från första stund en central roll i konstruktionen av denna av moderniteten invaderade söderhavsidyll. Dokumentationen av de inledande två atombombssprängningarna i det projekt som kom att gå under kodnamnet Operation Crossroads under sommaren 1946

var överväldigande stor; det rörde sig om filmer, fotografier, bildmontage, nyhetsreportage, radiosändningar, intervjuer, vittnesskildringar och konstnärliga gestaltningar i olika former. Och de bilder och berättelser som producerades under sommaren 1946 visade sig vara seglivade. Faktum är att allt sedan 1940-talet har Bikiniatollen kommit att stå som symbol för atomåldern på så många sätt och i så många skilda sammanhang, att då republiken Marshallöarna 2009 formellt och högtidligt nominerade denna plats till upptagande på UNESCO:s världsarvslista, så lades en särskild tonvikt vid just dess kulturella, mediala och symboliska betydelse. Det huvudargument som framfördes, och som syns i det inledande citatet ovan, hämtade sin näring inte i första hand ur det som en gång hände på denna plats utan i stället ur betydelsen av platsens och händelsernas mycket omfattande mediering under sex decennier. Och "Bikini Atoll Nuclear Test Site" blev också med acklamation upptagen på listan över våra viktigaste, globala kulturarv vid UNESCO:s möte i Brasilien i augusti 2010.

Hur världssamfundet nu och i framtiden ska minnas det som hände tycks alltså vara helt beroende av många lager mediala representationer. Alison Landsberg talar om detta i termer av prostetiskt minne (*prosthetic memory*), det vill säga minnen som både skapas och cirkulerar i vår tids globala, massmediala landskap, men som ständigt skrivs in i och blir en del av privata livsöden och berättelser.<sup>2</sup> Än i dag finns det nämligen en grupp människor, utspridda över världen men till övervägande del boende på andra öar i Mikronesien, som är överlevande eller ättlingar till dem som en gång evakuerades. Deras kamp för att någon gång i framtiden få upprättelse och få möjlighet att återvända till den av radioaktivitet kontaminerade atollen förs på olika politiska, juridiska och mediala arenor. En av dessa arenor är den officiella webbplatsen *bikiniatoll.com*. Där formas en lågmäld minneskultur, inte minst genom att intervjuer med äldre generationer samsas med bilder på de barn och ungdomar som utgör bikiniernas framtid. Samtidigt är webbplatsen en framgångsrik kanal för mer kommersiell marknadsföring och turistinformation, där atombomben som kitsch är ett framträdande inslag. Hur ska man förstå dessa motsägelsefulla minnespraktiker och alla dessa skilda berättelser om Bikiniatollen? Vilken är relationen mellan medier och minnen?

I detta kapitel kommer jag att följa Bikiniatollens mediehistoria från mediehändelsen 1946 fram till vår tids berättelser så som de framträder exempelvis på *bikiniatoll.com*. Framställningen kommer därmed att knyta an både till minnesforskning och till medieforskning, och utgör ett försök att förena dessa båda fält. Minnesforskningen utgör å sin sida ett brett fält som bara expanderat sedan ”minnesboomen” utropades vid millennieskiftet. Under det senaste decenniet har man dock kunnat notera en förskjutning från minnesobjekt och minnesplatser till minnesdynamiker och minnespraktiker.<sup>3</sup> Minne ses inte längre som något i första hand förkroppsligat i fysiska objekt, utan snarare som något som utspelar sig i medierad kommunikation, praktiker och ritualer. Eller, som James Young framhöll i sin studie av The US Holocaust Memorial Museum, att debattstormen om och kring museets tillblivelse var lika viktig i konstruktionen av förintelsen som minne som museet självt och dess historiska objekt. Det är i medieringen som minnet konstrueras.<sup>4</sup> Förskjutningen i minnesforskningen har på detta vis aktualiserat medieperspektiven, och ett nytt forskningsfält om medier och minne har formerat sig på gränsen mellan de tidigare två.<sup>5</sup> Syftet här är att visa, genom en studie av fallet Bikiniatollen, hur inflätad och komplex denna minnes- och medieringsprocess kan vara när det gäller platser med anspråk på att utgöra globala världsarv med sina epicentrum i 1900-talets mediala landskap.

### **Landet ingenstans**

Bikiniatollen, denna utplånade men ännu existerande plats, hamnade i storpolitikens centrum i samband med andra världskrigets slut. Efter att USA stod som segrare i stillahavskriget mot Japan hamnade stora delar av oceanen under amerikansk kontroll. Marshallöarna var en av de regioner som förblev i ekonomiskt och militärt förbund med USA fram till dess att ögruppen förklarades som självständig republik 1986. Det amerikanska beskyddet kom dock med ett pris. Mellan 1946 och

Nästa uppslag: Kärnvapenexplosion i paradiset.  
Operation Crossroads, Test Baker, den 25 juli 1946.  
Källa: us Department of Defense, *Wikimedia Commons*.







1958 utförde USA sammanlagt 67 atmosfäriska kärnvapenprov i regionen för, som det hette, ”the good of mankind and to end all world wars”. Drygt tjugo av dessa prov ägde rum på Bikiniatollen.<sup>6</sup>

Målet med det inledande projektet Operation Crossroads var – vid sidan om ideologiska signaler riktade mot Sovjetunionen i en tid av kallt krig mellan supermakterna – att undersöka bombernas effekt på stillahavsflottan. Nära 250 krigsfartyg, däribland det jättelika USS Saratoga, utplacerades därför på olika avstånd från detoneringspunkten.<sup>7</sup> Bikini ansågs vara en lämplig plats av många anledningar, framför allt för att det rörde sig om en förhållandevis isolerad atoll utanför Stilla havets allfarleder med relativt stabila vindförhållanden men med en relativ närhet till amerikanska flygbaser. En alternativ tolkning av hur selektionen gått till framfördes dock i *Life Magazine* av den tongivande komikern Bob Hope, som inte drog sig för att kommentera politiska skeenden: ”Så fort kriget var slut, lokaliserade vi den enda plats som fortfarande var orörd av kriget och bombade den åt helvete.”<sup>8</sup> Hopes ord gav uttryck för den kritiska cynism som även vid det segervissa krigsslutet fanns i amerikansk kulturdebatt. De anspelade också på bilden av söderhavsparadiserna som en utpräglad utopisk plats i bemärkelsen ”landet ingenstans”, en stark berättelse som länge genomsyrat västerländska kulturer.

Ett akut problem då paradiset skulle förpassas till helvetet var att den var bebodd. Inför Operation Crossroads, det vill säga Test Able den 1 juli respektive Test Baker den 25 juli 1946, evakuerades därför en lokalbefolkning på 167 män, kvinnor och barn.<sup>9</sup> Detta var inget som från amerikansk sida sågs som något annat än en rimlig, om än hederksam, uppoffring som en primitiv befolkning fick göra då USA än en gång skulle göra världen säker för demokratin. Icke desto mindre hade sprängningarna på Bikiniatollen ett gigantiskt symbolvärde för USA. I boken *By the bomb's early light* menar Paul Boyer att Bikini stillade krigsrädslorna lika mycket som Hiroshima och Nagasaki hade uppväckt dem. Mer än något annat var kärnvapenproven på Bikini en bekräftelse på USA:s teknologiska framsynthet inför den egna befolkningen, och en styrkeuppvisning med adress Sovjetunionen.<sup>10</sup>

På hemmaplan hade proven också en annan funktion, nämligen att bota en av samtidens mest smittsamma neuroser. Det rörde sig om

*nuclearosis*, den paralyserande atombombsångest som hade en otäck tendens att drabba amerikanska medborgare.<sup>11</sup> Men då krävdes en omfattande och medveten medial gestaltning av det som tilldrog sig på Bikini. Scenen skulle sättas upp med noggrannhet, roller tilldelas och hela dramat noga regisseras, fotograferas, filmas och skrivs om. Mening skulle tillskrivas det psykologiskt outhärdliga.

### Operation Crossroads i mediasystemet

På bred front inleddes denna mediering av Bikini redan månaderna före proven, då befolkningen på Bikini skulle informeras om det amerikanska beslutet och därefter evakueras. Ett ursprungligt möte ägde rum den 10 februari 1946, men detta spelades sedan upp igen ungefär en månad senare med samma rollinnehavare, denna gång inför amerikanska filmkameror på stranden under de vajande palmerna. Kung Juda Kessibuki, ledaren för folket på Bikini, hade vid detta tillfälle till uppgift att ställa sig upp och med hög röst deklarerat att han och hans folk skulle lämna öarna i tron att allt är i guds händer. Historikern Jonathan Weisgall menar att det krävdes minst åtta omtagningar för att få till stånd önskat tonfall och önskat uttryck i ansiktena på de bikinierna som satt på stranden och som strax skulle ombord med all sin packning på stora båtar som skulle ta dem till en annan boplatz på obestämd framtid.<sup>12</sup> Den färdigproducerade journalfilmens *voice-over* konkluderade att bikinierna var en ”nomadisk grupp” som faktiskt trivdes bra med det faktum att jänkarna tänkte ”tillföra lite variation” i deras liv.<sup>13</sup>

Efter bikiniernas exodus invaderades öarna av tusentals amerikanska militärer och tekniker. Medieringen av händelserna på Bikini fortsatte då i form av Radio Bikini, en egen radiostation som intervjuade olika kategorier av medverkande i Operation Crossroads samt noterade den stridande strömen av politiker, kändisar och militära potentater som kom för att besöka öarna. Livet på Bikini dokumenterades även av ett stort antal militärfotografer, vars bilder spreds på presskonferenser och resulterade i väl tilltagna uppslag i amerikanska tidningar som *Life* och *Newsweek*.<sup>14</sup> Ett par hundra tusen särskilda frimärken skulle tryckas upp och fästas på brev som skulle skickas till det amerikanska fastlandet



**PREFACE TO PRECISION.** On a Boeing F-13 plane altered for use as a photographic ship two motion picture cameras are installed in one of the plane's gun turrets. These cameras were controlled from the top fire control blower shown in the background by the same sighting and firing mechanisms normally used with the plane's machine guns. Shows here at Roswell Field, New Mexico, are Corporal Harold Johnson, outside the plane, making adjustments on the camera, while Sergeant Henry R. Zarnoff, near the controls in the top fire control blower. In the background can be seen another turret, started cover in place, housing a similar motion picture camera installation.



**FOCUS ON PHOTOGRAPHY.** Brigadier General Roger M. Ramsey, Commander, 1st Group, U.S. 8th Army Air Force photographic plane with Colonel Paul T. Cohen, in charge of technical photography at Kwajalein. In the foreground are 16 and 35mm type motion picture cameras, operated at 2000 frames per second, such as are used in the F-13 photographic ship. The extreme bulkiness of Blikin presented a serious problem to aerial photographers as a plane descended and the air pressure in the cabin increased, there was a tendency for reactions to condense on the photographic film, hazing the emulsion. To avoid this, pilots descended very slowly, sometimes over a period as long as an hour, in many planes the difficulty was avoided by installing the cameras in constant pressure chambers.

**POSTERITY VIEWS THE TESTS.** Inside a C-54 photographic plane flying at high altitude, a row of cameramen aim their lenses at the target below. On Aids Day photographers in some planes were vigorously buffeted by the primary and secondary shock waves, fierce enough to knock down one photographer caught off balance. **BELOW:** At Kwajalein a huge photographic laboratory was built, its atmosphere cooled and dehumidified to prevent damage to film. The bulk of the photo-processing work was done at the U.S. Naval Photographic Science Laboratory at Anacostia, D.C. In the online operation over 50,000 still films and millions of feet of movie film were exposed.



Mediala förberedelser dokumenteras. En filmkamera monteras i en Boeing F-13, en filmkamera förevisas, tungt utrustade fotografer placerar sig i flygplanet, samt febril aktivitet råder i fotolaboratoriet på Kwajalein. Källa: *Operation Crossroads. The official pictorial record*, 1946, s. 74-75.

med datumstämpeln den 1 juli 1946, och i efterhand publicerades drygt 200 av de officiella fotografierna från händelsen i bokform med förord av befälhavaren, amiralen W.H.P. Blandy. I denna bok, *Operation Crossroads. The official pictorial record*, finns en till synes ändlös serie uppenbart arrangerade bakom kulisserna-fotografier på leende militärer, tekniker, vetenskapsmän och funktionärer.<sup>15</sup>

Det var med andra ord bäddat för att Operation Crossroads skulle bli en av 1900-talets största mediehändelser och historiens mest dokumenterade och fotograferade atomvapenprov. Alla stod beredda. Förutom drygt 40 000 civil och militär personal fanns nu horder av ditresta, i första hand politiker och journalister. Presskonferenser och specialföreläsningar avlöste varandra. Ombord på observationsfartyget USS Appalachian fanns 170 korrespondenter och fotografer från så många som 131 tidningar och tidskrifter representerade samt radiokommentatorer från ett stort antal länder. Jerome DeGroot beskriver USS Appalachian som en enda stor "flytande nyhetsredaktion"; med för att dokumentera skeendet fanns 18 ton filmutrustning, 700 film- och stillbildskameror, 328 av dessa placerade i flygplan som cirkulerade över området. De företrädesvis amerikanska medierna stod dessutom i nära samarbete med militären, och reportrar författade artiklar i vilka den spektakulära händelsen beskrevs som "välgörande", "begränsad" och "välmenande".<sup>16</sup> En metronom placerad på ett av fartygen nära detonationspunkten var länkad till en radiosändare med hjälp av vilken nedräkningens tickande ljud kunde förmedlas över hela världen.<sup>17</sup>

Utöver denna nyhetsjournalistiska exponering hade även tre konstnärer särskilt engagerats för att i olja och akvarell gestalta bikiniernas exodus, det väldiga svampmolnet och den efterföljande förödelsen på Bikinis stränder. I deras bilder fick Bikiniatollens symboliska dimensioner av krocken mellan paradiset och helvete ett ännu större spelrum än på fotografierna. Dessutom kunde fokus styras mot andra aspekter, exempelvis provsprängningen som just mediehändelse, där publiken placerades i centrum. En av konstnärerna, Grant Powers, vände på en av sina målningar blicken mot de förundrade åskådarna på USS Appalachian.<sup>18</sup> Det blev en gestaltning av i vilken omfattning publiken faktiskt deltog i skapandet av Operation Crossroads med sina framåtlutade kroppar, gapande munnar och ansiktsuttryck präglade av barnsligt skräckblandad förtjusning.

Det kontrakt som upprättats mellan militär, politiker, journalister, fotografer och publik var alltså noga utformat och noga följt; åskådarna på USS Appalachian, liksom mediepubliken hemma i USA, visste redan mycket väl vad de skulle tycka och känna. Deras reaktioner följde mallar som stansats ut redan vid tidigare atombombsexplosioner i New

Mexico. Alla visste att de skulle få bevittna något skrämmande magnifikt och storslaget – ja, närmast sublimt.<sup>19</sup> Exakt hur stor politisk och kulturell vikt som i förväg lades vid Bikinitesterna kan därutöver avläsas i själva beteckningen Operation Crossroads. Kodnamnet var befälhavaren Blandys sätt att beskriva hur den mänskliga civilisationen befann sig vid den moderna erans kanske mest avgörande vägska. Valet av kodnamn kunde sålunda till och med i sin samtid, menar Weisgall, tolkas som att till och med militären var fylld av en kluvenhet och ovisshet över den enorma kraft som skulle släppas lös med atombomben.<sup>20</sup>

Här fanns alltså en osäkerhet som var ett suggestivt inslag inte bara i konstruktionen av Operation Crossroads, utan i själva bilden av USA som en högteknologisk civilisation på väg mot avgrunden. Väsentliga metaberättelser i atombombsdiskursen under hela efterkrigstiden anknyt till dystopiska myter och berättelser om Prometheus, Faust eller Frankensteins monster.<sup>21</sup> En annan kluvenhet kretsade uppenbarligen kring huruvida man kunde tro på själva upplevelsen, eftersom uppfattningen var att kameran trots allt kunde registrera det som gick ögat förbi, dokumentera det som aldrig annars skulle låta sig dokumenteras. Själva teknologin rymde därför såväl en ovisshet som den absoluta sanningen. Förtroendet för tekniken, bilden och kameran var förvisso oantastligt, men hur skulle människans tillkortakommanden hanteras? I förordet till boken *Operation Crossroads. The official pictorial record* kommenteras detta explicit:

Som komplement till de mänskliga åskådarna fanns 10 000 instrument, och bland dem kameror konstruerade att spela in vad det mänskliga ögat aldrig skulle kunna se. Kameror är nyfikna instrument med utsträckt minnen. Inom atomforskningen är de i sanning huvudvittnen.<sup>22</sup>

Kameran som oantastligt sanningsvittne och tilltron till tekniken blir särskilt intressant i relief mot ett mycket suggestivt uppslag i bokens avslutning, där ett fotografi på Test Baker-molnet avtecknar sig mot New Yorks skyline. ”Bomb Vs Metropolis” är montagens ominiösa titel, och själva den i sammanhanget oväntade bildkompositionen

formar sig till öppna frågor riktade till läsaren: Kan du lita på tekniken? Kan du lita på det du själv ser?<sup>23</sup>

### Bikinis roll i atombombskulturen

Vad följde på denna gigantiska mediehändelse? Ja, den ödesmättade politiska och religiösa symbolik som i USA kringgärdade provsprängningarna på Bikiniatollen tonade bort relativt omgående. Operation Crossroads innebar möjligen inte den magnifika förlösning som utfästas i det massiva medieuppbådet och som så många hoppats på. Eller också var det just det den gjorde. De uppföljande prov som ägde rum på Bikiniatollen eller andra öar i Stilla havet rönt inte på långt när samma uppmärksamhet. Till dessa hör exempelvis vätebombstestet den 1 mars 1954 med kodnamn Bravo, den mest kraftfulla bomb som någonsin testats av USA med en sprängkraft av 15 megaton, motsvarande ungefär tusen Hiroshimabomber. Provet hade långt större effekt än planerat och vinden tog det radioaktiva stoftet tusentals sjömil över den vida oceanen. Särskilt omskriven blev den olyckliga Lucky Dragon no. 5, en japansk fiskebåt vars 23 besättningsmän kom att utsättas för en betydande radioaktivitet. Händelsen orsakade stor debatt i Japan, som ju var det enda land i världen som känt de dödliga effekterna av USA:s krigföring med atomvapen. Den kom också att fungera som inspiration till katastroffilmen *Gojira* (Ishiro Honda, 1954) i vilken just amerikanska kärnvapenprov skapar ett muterat monster som från havets djup reser sig för att attackera det japanska fastlandet.<sup>24</sup>

Ett betydande antal debattörer fortsatte att varna för farorna med i första hand det radioaktiva nedfallet under senare delen av 1940-talet. Bland dessa fanns journalisten David Bradleys vittnesskildring från Bikini med titeln *No place to hide* från 1948, men den breda publiken verkade ändå ha vänt sitt intresse åt ett annat håll.<sup>25</sup> Medieberättandet om Bikini och rädslan för atombomben levde i första hand vidare i populärkulturella former.<sup>26</sup> En japansk-amerikansk version av *Gojira* hade premiär ett par år senare under namnet *Godzilla. King of the monsters* (Ishiro Honda/Terry O. Morse, 1956), men den tydliga kopplingen till Bikiniatollen hade redan gått förlorad. Under 1950-talet var ett kvardröjande bevis på provsprängningarnas en gång så massiva genom-

slagskraft namnet på den tvådelade baddräkt som lanserades i atombombens svallvågor och som knöt samman kärnvapenexplosioner med explosiv, kvinnlig sexualitet. Enligt den franska designern fick baddräkten namnet bikini för dess ”explosiva, farliga potential” och under 1950-talet förekom kopplingen inte sällan i beteckningar som ”bombnedslag” och ”sexbomb”.<sup>27</sup> Förbindelsen mellan den kvinnliga *femme fatale*-gestalten och massförstörelsevapen – mellan förförelse och förstörelse – var icke desto mindre etablerad redan innan bikinibaddräkten lanserades. Redan den bomb som släpptes i Test Able den 1 juli 1946 var döpt ”Gilda”, efter Rita Hayworth i filmen *Gilda* från samma år. Bomben i det uppföljande Test Baker fick enligt en liknande logik namnet ”Helen of Bikini”.<sup>28</sup>

Swampmolnet etablerade sig under 1950-talet som det tveklöst viktigaste inslaget i det kalla krigets ikonografi. Här var tillgången på fotografier och filmer från Operation Crossroads Test Able och Test Baker helt central; de flesta bilder på atombombsmoln som cirkulerade under efterkrigstiden är tagna vid något av dessa två tillfällen under sommaren 1946. Filmmaterial från Operation Crossroads har använts flitigt i såväl spelfilmer som dokumentärer. Från Test Baker är exempelvis de bilder hämtade som till tonerna av Vera Lynns världskrigsschlager ”We’ll meet again” utgör den apokalyptiska slutscenen i Stanley Kubricks satir *Dr Strangelove or How I learned to stop worrying and love the bomb* från 1964.<sup>29</sup>

Under 1980-talet återkom bilderna från Bikini som viktiga inslag i den högröstade antikärnvapenrörelsens kampanjer. Den amerikanska militärens propagandafilmer, däribland den som innehåller avskedsscenen från stranden på Bikini, är till exempel en av hållpunkterna i filmen *Atomic Café* från 1982. *Atomic Café* var en långfilm bestående enbart av en lång serie ihopklippa propagandafilmer från 1940- och 1950-talen, där själva den omsorgsfulla klippningen, i kombination med ett soundtrack bestående av tidens populärmusik med atombombstema, i frånvaron av berättarröst formar en tydligt kritisk metaberrättelse om ett amerikanskt 1950-tal präglat av galenskap och krigshets. Samtidigt blev filmen en explicit kommentar till den nya Reagan-administrationen i USA och det höjda, antikommunistiska tonläge och den kärnvapenhets som präglade det som senare kom att kallas ”det andra kalla kriget”.<sup>30</sup>

*Atomic Café* var långt ifrån den enda kärnvapenkritiska film som kom under 1980-talet, om än den mest satiriska. Händelserna på Bikiniatollen stod också direkt i fokus för den betydligt allvarligare, oscarsnominerade dokumentärfilmen *Radio Bikini* från 1988, som berättade historien om radiostationen på Bikini och om hur ett antal marinsoldater blev exponerade för radioaktivitet i samband med testerna och inte minst de avsevärda medicinska problem som blev följderna för dessa personer.<sup>31</sup>

Då intresset för *atomabilia* ökade efter kalla krigets slut i 1990-talets och det tidiga 2000-talets versioner av berättelsen om Bikini, så adderades ännu tydligare drag av kitsch och även nostalgi. A. Costandina Titus menar att svampmolnets plats i det nya millenniets kulturella universum paradoxalt nog var en plats av saknad – saknad efter vad som kunde uppfattas som en enklare och säkrare värld, där fienden hade tydliga konturer. I linje med detta ökade fascinationen för kalla krigets kulturella repertoar ännu mer efter den 11 september 2001.<sup>32</sup> Marita Sturken, som har forskat om souvenirer och andra ”alldagliga” minnesobjekt efter nationella trauman som Oklahombombningen och 11 september, menar att det i sammansmältningen av nationella trauman och kitschig kommers uppstår ett slags patriotisk tröst som är typisk för USA. Konsumism och paranoia är där två olika, men ofta samexisterande, svar på en samtida ångest.<sup>33</sup>

Medialiseringen och kommersialiseringen av Bikiniatollen under efterkrigstiden, och ända in i våra dagar, är i ett sådant perspektiv inte särskilt oväntade eller besynnerliga. Här finns en linje från Operation Crossroads som mediehändelse via 1940-talets tvådelade baddräkt till 2000-talets barnteveprogram *SpongeBob SquarePants*, på svenska *Svamp-Bob Fyrkant*, som tillsammans med andra muterade varelser framlever sitt liv på botten av den radioaktiva lagunen invid Bikiniatollen.<sup>34</sup>

### Världsarvsymbolik, minnespraktik och identitetspolitik

Det finns en annan historia att berätta, och det är en som utgår från den minnespraktik som äger rum på webbplatsen *bikiniatoll.com*. Något decennium efter evakueringen 1946 var kärnvapenproven på Bikiniatollen över och bikinierna ville flytta tillbaka. USA gjorde då vissa



medgivanden och satte i gång att ”städa” atollen, och 1968 tillkännagav president Johnson att den nu var fri från strålning. Cirka 150 bikiniier flyttade tillbaka och levde där fram till 1978, då det framkom i medicinska tester att samtliga var bärare av olika radioaktiva ämnen, i första hand cesium-137, i en utsträckning som aldrig tidigare hade uppmätts i någon mänsklig population. Atollen utrymdes på nytt och bikinierna har sedan dess inte kunnat återvända. Flera decenniers juridiskt processande följde dock medan nya generationer bikiniier växte upp i diaspora. Mot bakgrund av en överenskommelse från juni 1983, enligt vilken USA erkände den uppoffring som Marshallöarna och dess befolkning stod för i samband med 1940- och 1950-talens atomsprängningar, grundades den så kallade *Nuclear Claims*-tribunalen för Marshallöarna 1988. Tribunalen skulle ha i uppgift att administrera olika typer av krav från lokalbefolkningen på de berörda öarna, i första hand Bikini och närbelägna Enewetak, när det gällde ekonomisk kompensation för fysiska skador samt rådgivning och stöd i medicinska och radiologiska frågor.<sup>35</sup>

UNESCO:s beslut om att Bikiniatollen skulle hamna på listan över världsarv under sommaren 2010 innebar förstås ett erkännande i denna identitetspolitiska kamp. I denna process har enskilda personer varit drivande. Den person som länge försökt få världen att uppmärksamma platsen och dess predikament som stigmatiserad minnesort, som författade ansökan till UNESCO och som officiellt är god man för folket från Bikini sedan ett antal år är en person vid namn Jack Niedenthal. Niedenthal, amerikan och ingift bikiniier, har på egen hand i över tre decennier outtröttligt skrivit böcker, producerat filmer, rest över hela världen och genomfört intervjuer, arrangerat stödkampanjer och insamlingar, och därutöver sedan 1990-talet drivit webbplatsen *bikini-atoll.com*.

Bikiniatollens officiella webbplats utgör i sig själv en levande och aktiv minneskultur med utförlig historisk dokumentation, intervjuer, befolknings- och migrationsstatistik, information om insamlingar och länkar till politiska motioner och domstolsutslag, men den utgör också ett möte med atollens mättade mediehistoria där reklam, kommersiella reseerbjudanden för dykturister och anspelningar på en i första hand amerikansk marknads fascination för *atomabilia* får betydande utrymme.

Welcome to Bikini Atoll

www.bikiniatoll.com

Bikini Atoll

Times & No. Pages



Above left: Bikinian children leaving Bikini, March 7, 1946 (US Archives). Above right: children on Eili Island, 2007. Photo © Jack Nicasential

Today, while the people of Bikini have yet to resettle their homeland, the island is populated by Bikini Project Department construction workers and some U.S. Department of Energy staff. There is, however, a large population of Bikinians living elsewhere in the Marshall Islands and overseas who hope to have the ability to return to their homeland someday soon.

Outside

Outside Magazine about Bikini Atoll, Paradise with an Asterisk, October 2012

Bikiniatollens officiella hemsida ([www.bikiniatoll.com](http://www.bikiniatoll.com), 13/1 2014).

Sajten kan alltså ses som ett slags arena för såväl divergerande som konvergerande minnespraktiker; berättelser, sägner och uppteckningar tar plats bredvid å ena sidan officiella dokument och petitioner, och å andra sidan försäljning av t-shirtar, solhattar och klistermärken.

De som i dag bedriver verksamhet på atollen är dels *Bikini Atoll Divers*, ett företag som sedan 1996 arrangerar resor för sportfiske och dykturer, varav ett litet antal anställda är bikinier, dels representanter för det amerikanska energidepartementet och anställda byggnadsarbetare vid ett särskilt återuppbyggnadsprojekt. Turistindustrin är liten men framgångsrik; redan 2001 inbringade den en kvarts miljon dollar, som sedan fördelades lika bland över tre tusen bikinier.<sup>36</sup> Turismen är viktig för den mediala konstruktionen av atollen som ”örörd natur”. Samtidigt har den kategori turister som i första hand attraheras,

nämligen dykturisterna, kommit för att se de sjunkna militära fartygen, inte koraller eller fiskar. Andra besökare är i första hand biologer och miljöforskare. Kulturgeografen Jeffrey Sasha Davis, som intervjuat ett antal av dessa vetenskapsmän, konstaterar att även dessa tenderar att beskriva platsen med ord som ”naturlig”, ”orörd” och ”ofördärvad”. Davis citerar en av forskarna, som menar att denna plats till och med skulle kunna hotas av bikiniernas återetablering.<sup>37</sup> Platsens naturlighet är beroende av att den är strikt kontrollerad. En sådan märkligt paradoxal kulturell konstruktion hör, menar Davis, samman med föreställningarna om den paradisiska ”söderhavsön”. Själva begreppet söderhavsö har aldrig refererat till en geografisk, utan snarare en imaginär och idealiserad plats som utgör ett centralt inslag i seglivade, västerländska berättelser om världens beskaffenhet. Att Bikiniatollen faktiskt ligger på norra halvklotet är alltså inget hinder för denna konstruktion av platsen som en del av Söderhavet.<sup>38</sup>

Turismen på Bikiniatollen är i dag helt och hållet inriktad på och designad för en amerikansk marknad. Förutom frekventa anspelningar på primitivistiska föreställningar om söderhavsparadiset slår den mynt av USA:s numera nostalgiska förhållande till kalla krigets kulturella universum. ”När du besöker Bikini”, lyder appellen på hemsidan, ”har det sagts att du inte bara dyker, fiskar eller solar, utan får en rejäl historielektion.” När exempelvis den amerikanska resetidningen *Conde Nast Traveler* för ett antal år sedan informerade om dykkurserna på Bikini gjordes detta med orden: ”En vecka på ön, inklusive elva dekompressionsdyk och en glimrar-i-mörker-souvenir (skämtar bara), kostar 2750 dollar.”<sup>39</sup> Liknande associationer gjorde dykinstruktören Tim Williams då han skojade med *Washington Posts* reporter i mars 2004: ”Folk frågar mig alltid om jag är självlysande.”<sup>40</sup> Ytterligare ett exempel, där inte minst kopplingen mellan ljust paradiset och teknoapokalyptiskt helvete blir synlig, är tidningen *Outside Magazine*, som i sitt reportage om Bikini i oktober 2012 hälsade läsaren med den suggestiva meningen: ”Välkommen till det jordiska himmelriket, där spåren från helvetet finns just under ytan.”<sup>41</sup>

I *Bikini Atoll Online Store* är det fullt med erbjudanden om kommersiella produkter, kepsar, posters, jackor och t-shirtar med atollens logotyp. För ett antal dollar kan besökaren få sig tillsänd paketet ”Bikini

Atoll History Pack” med några DVD-filmer samt en signerad bok av Jack Niedenthal. Förutom i slogans som ”Like no place on earth” och ”Size does matter” (med anspelningar på det stora slagskeppet USS Saratoga) kommer det motsägelsefulla förhållandet mellan kommersialism och historiekulturellt trauma till uttryck i en artikel där den tvådelade baddräktens historia på ett lättsamt sätt broderas ut under rubriken ”From Bardot to Graf, from Ground Zero to grass, here’s the skinny on the two-piece”. Endast i marginalen finns då en referens till den inte alls lika komiska historien om Bikiniatollen; från *People Magazine* är den tidslinje hämtad som lakoniskt konstaterar om år 1946 att det var ett ”explosivt år” då Bikiniatollen blev ”ingen bikini alls” och då den franske ingenjören Louis Reard försiktigt avtäckte en baddräkt med samma namn medan världen gäspade.<sup>42</sup> Den skämtsamma artikeln om bikinibaddräkten står om möjligt i än mer bjärt kontrast till den egna historieskrivningens viskande svårmod än *Bikini Atoll Divers* hurtiga manifest. Men den är en av flera minnespraktiker som utmärker webbplatsen *bikiniatoll.com*.

Bikiniatollens cirkulation i olika medieformer nådde möjligen sin kulmen 2012 med premiären för en spelfilm i fullängdsformat med titeln *Ainikien Jidjid ilo Boñ* (Niedenthal/Chutaro, Microwave Films 2012). Filmen lanserades i USA med titeln *The sound of crickets at night* och visades under 2012 och 2013 på en rad filmfestivaler i första hand i Stillahavsregionen. Hela produktionen visar sig kretsa kring Jack Niedenthal, som inte bara är manusförfattare, producent och regissör, utan även spelar en av rollerna. Historien är en stillsam och meditativ skildring av hur en liten flicka och hennes äldre släkting, en man ur den generation som en gång evakuerades från Bikini, tillsammans sammankallar gudarna för att få hjälp att återförenas med resten av sina familjemedlemmar. Liksom webbplatsen *bikiniatoll.com* arbetar filmen med i huvudsak två tidsskikt, det som utspelade sig 1946 och det som utspelar sig i dag, och två generationer, representerade av en åldring och ett barn.<sup>43</sup>

Filmer som *Ainikien Jidjid ilo Boñ*, webbsajten *bikiniatoll.com* och andra minnespraktiker relaterar i dag till varandra och utgör ett slags transmedialt berättande, där skilda medieformer delar samma berättande. Det transmediala berättandet är, som Henry Jenkins har benämnt det,

ett uttryck för 2000-talets konvergenskultur.<sup>44</sup> Det är dessa berättelser, och hur de färdas genom olika medier, som utgör minnesdynamikerna kring Bikiniatollen. De allra flesta av dagens över tre tusen bikinier har aldrig bott på eller ens besökt den plats de kallar hemma.<sup>45</sup> Deras gemenskap är föreställd, för att tala med Benedict Anderson, och deras förståelse av platsen Bikini är helt och hållet knuten till detta vad Landsberg kallar prostetiska minne. Det är, och har sedan 1946 varit, modernitetens medieteknologier som har gjort det möjligt för dem att ha djupt känslomässiga erfarenheter av det som i över sex decennier varit fysiskt frånvarande.

### Från mediehändelse till världsarv

Ingen människa såg riktigt vad som hände på Bikini. Cirka 42 000 personer från världens alla hörn reste tusentals mil till denna plats för att bevittna testerna. Men en atombomb trotsar all granskning. Den skyr publicitet.<sup>46</sup>

Allt sedan sommaren 1946 har händelserna på Bikiniatollen varit inflettade i mediala diskurser om modernitet och tradition, natur och civilisation. Samtidigt tycks det som hände undfly alla berättelser och gestaltningar. Över 40 000 par ögon vändes mot detonationspunkten och samtidens senaste, fototeknologiska utrustning dokumenterade varje millisekund av atombombsprängningarna. Från obemannade drönarplan, som kunde flyga rakt genom svampmolnet, och från bemannade observationsfartyg togs det över 50 000 officiella stillbilder och cirka 750 000 meter rörlig film. En särskild höghastighetskamera av senaste modell tog över tusen bilder i sekunden.<sup>47</sup>

Trots detta, konstaterades efteråt i boken *Operation Crossroads*, såg ingen vad som hände på Bikini eftersom en atombomb inte går att iakttä, än mindre undersöka eller begripa. Det som utspelade sig på Bikiniatollen, Godzillas födelseplats, under sommaren 1946 var lika obegripligt som väldokumenterat. De bilder och berättelser som mediehändelsen genererade, och som i allra högsta grad stod i samklang med den närvarande mediepublikens och åskådarnas regisserade reaktioner, har färdats genom efterkrigstiden och reaktiverats vid oräkneliga till-

fällen. De har format atomålderns emblem; svampmolnen från Test Able och Test Baker har blivit formativa inslag i en global förståelse av inte bara atomkriget, utan själva modernitetens grundläggande predikament. Inte konstigt då att det var just dessa bilder såsom ikoner och symboler som stod i centrum då republiken Marshallöarna lämnade in sin ansökan till UNESCO 2009.

Syftet här har varit att, med utgångspunkt i det konkreta fallet Bikiniatollen, diskutera komplexiteten och rörligheten i medierade minnespraktiker. En empirisk utgångspunkt är de praktiker som äger rum på och kring den officiella webbplatsen *bikiniatoll.com*, men för att förstå dess mångtydighet har jag velat argumentera för att vi dessutom måste gå tillbaka till 1946 och se hur redan Operation Crossroads var medierad verklighet. Medan platsen i en mening – och då närmast bokstavig – utplånades 1946 så har dess medieringar skuggat oss under efterkrigstiden. Att följa Bikiniatollens mediehistoria på detta sätt är alltså att spåra och analysera dess avlagringar i olika medieformer över tid, men lika viktigt är att belysa de kommersiella intressen som hjälper till att skapa och upprätthålla också den mest lågmälda minneskultur. Den plats som i dag utgör världsarvet ”Bikini Nuclear Test Site” är en medial företeelse och en turistdestination som sedan 1946 har befunnit sig i spänningsfältet mellan politik och underhållning, mellan autenticitet och avbildning, mellan brinnande identitetspolitik och kitschig kommersialism. Namnet Bikini är på samma gång ett varumärke och en minnesplats för ett kollektivt trauma.

### Noter

1. *Bikini Atoll. Nomination by the republic of the Marshall Islands for inscription on the World Heritage List 2010, 2009*, s. 11 (min översättning).
2. Alison Landsberg, *Prosthetic memory. The transformation of American remembrance in the age of mass culture*, New York 2004.
3. Marie Cronqvist, ”Medier och minnen”, *Scandia* 2013:1. Föreliggande kapitel är en vidareutveckling av min essä ”Landet Ingenstans. Bikiniatollen som stigmatiserad minnesplats”, i *Virtualiteter. Sex essäer*, Robert Willim (red.), Lund 2006.
4. James Young, *The texture of memory. Holocaust memorials and meaning*, New Haven 1993.

5. Tre exempel på verk i detta nya fält är *Mediation, remediation and the dynamics of cultural memory*, Astrid Erll & Ann Rigney (red.), Berlin 2009; Joanne Garde-Hansen, *Media and memory*, Edinburgh 2011; och *On media memory. Collective memory in a new media age*, Motti Neiger, Oren Meyers & Eyal Zandberg (red.), Basingstoke 2011.
6. Jack Niedenthal, *For the good of mankind. A history of the people of Bikini and their islands*, Honolulu 2001.
7. James P. Delgado, *Ghost fleet. The sunken ships of Bikini atoll*, Honolulu 1999.
8. Jonathan M. Weisgall, *Operation Crossroads. The atomic tests at Bikini atoll*, Annapolis 1994, s. 33.
9. Niedenthal 2001, s. 2.
10. De blygsamma slutsatser som i efterhand kunde dras av provsprängningarna på Bikiniatollen var att om man placerar krigsskepp nära detonationspunkten för en atombomb, så tenderar de att sjunka. Paul Boyer, *By the bomb's early light. American thought and culture at the dawn of the atomic age*, Chapel Hill 1994, s. 82–92.
11. Margot A. Henriksen, *Dr Strangelove's America. Society and culture in the atomic age*, Berkeley 1997, s. 88.
12. Weisgall 1994, s. 106–113.
13. Weisgall 1994, s. 162.
14. "Atom bomb island", *Life Magazine* 1946:12; "Bikini", *Newsweek* 1/7 1946.
15. Weisgall 1994, s. 118; *Operation Crossroads. The official pictorial record*, New York 1946.
16. Jerome DeGroot, *The bomb. A life*, London 2005, s. 119. Hela händelsen beskrivs även i den officiella rapport som gavs ut efter proven. Se *Bombs at Bikini. The official report of Operation Crossroads. Prepared under the direction of the commander of Joint Task Force One*, New York 1947.
17. Boyer 1994, s. 83.
18. Konstnärernas bilder finns digitalt arkiverade på *Naval History and Heritage Command*, "Operation Crossroads. Bikini atoll. Naval art form the atomic bomb test", [www.history.navy.mil/ac/bikini/bikini1.htm](http://www.history.navy.mil/ac/bikini/bikini1.htm) (15/12 2013).
19. Spencer R. Weart, *Nuclear fear. A history of images*, Cambridge Mass. 1988, s. 101.
20. Weisgall 1994, s. 32. Beteckningen Operation Crossroads kan också läsas mot bakgrund av den djupt religiösa symbolik som under hela efterkrigstiden kännetecknat kärnvapendiskursen (*nukespeak*). Ett exempel är benämningen på det kärnvapenprov som utfördes i Nevadaöknen i juli 1945, The Trinity Test, och ett annat är de ord ur *Bhagavadgita* som fysikern Robert Oppenheimer uttalade när han såg den första atombombens jättelika eldklot: "I am become Death, the destroyer of worlds." DeGroot 2005, s. 65; Paul Chilton, "Nukespeak. Nuclear language, culture

- and propaganda”, i *Nukespeak. The media and the bomb*, Crispin Aubrey (red.), London 1982.
21. Boyer 1994, s. 257.
  22. *Operation Crossroads. The official pictorial record*, 1946, s. 7 (min översättning). Se även diskussionen om tekniken som minne och sanningsvittne i Johan Jarlbrinks kapitel i denna antologi.
  23. *Operation Crossroads. The official pictorial record*, 1946. Se även Marie Cronqvist, ”Bilder från nollpunkten. Visualiseringar av atomålderns urbana apokalyps”, i *Väld. Representation och verklighet*, Eva Österberg & Marie Lindstedt Cronberg (red.), Lund 2006.
  24. Stephen Keane, *Disaster movies. The cinema of catastrophe*, London 2006, s. 85.
  25. Boyer 1994, s. 82.
  26. Amerikansk atombombsrädsla och Bikiniatollens symboliska betydelse för densamma är i dag ett helt forskningsfält. Se till exempel Adam M. Winkler, *Life under a cloud. American anxiety about the atom*, New York 1993; Scott C. Zeman & Michael A. Amundson (red.), *Atomic culture. How we learned to stop worrying and love the bomb*, Boulder 2004; Robert A. Jacobs, *The dragon's tail. Americans face the atomic age*, Amherst Mass. 2010; Weart 1988; Henriksen 1997.
  27. DeGroot 2005, s. 274; Elaine Tyler May, *Homeward bound. American families in the cold war era*, New York 1999, s. 80; Carol Cohn, ”Sex and death in the rational world of defence intellectuals”, *Signs* 1987:4.
  28. Weisgall 1994, s. 221; DeGroot 2005, s. 119.
  29. Weisgall 1994, s. 2.
  30. *Atomic Café*, The Archives Project (Jayne Loader, Kevin Rafferty & Peirce Rafferty 1982).
  31. *Radio Bikini* (Robert Stone 1988).
  32. A. Costandina Titus, ”The mushroom cloud as kitsch”, i Zeman & Amundson (red.) 2004, s. 101–123.
  33. Marita Sturken, *Tourists of history. Memory, kitsch, and consumerism from Oklahoma City to Ground Zero*, Durham & London 2007. Se [www.conelrad.com](http://www.conelrad.com) (15/12 2013) samt Zeman & Amundson 2004.
  34. *SpongeBob SquarePants* produceras av United Plankton Pictures Inc. sedan 1999 för barntevekanalen Nickelodeon.
  35. [www.bikiniatoll.com](http://www.bikiniatoll.com) (15/12 2013); [www.nuclearclaimstribunal.com](http://www.nuclearclaimstribunal.com) (15/12 2013).
  36. Jeffrey Sasha Davis, ”Representing place. ’Deserted isles’ and the reproduction of Bikini atoll”, *Annals of the Association of American Geographers* 2005:3, s. 618.
  37. Jeffrey Sasha Davis, ”Scales of Eden. Conservation and pristine devastation on Bikini atoll”, *Environment & Planning D. Society & Space* 2007:2, s. 219–224.



38. Davis 2007, s. 221.
39. *www.bikiniatoll.com*. Citat från Titus 2004, s. 114 (min översättning).
40. Ben Gruber, "50 years later, nuclear blast felt on Bikini atoll", *Washington Post* 1/3 2004.
41. "Paradise with an asterix", *Outside Magazine* oktober 2012.
42. *www.bikiniatoll.com*.
43. *www.microwavefilms.org/Crickets.html* (15/12 2013).
44. Henry Jenkins, *Convergence culture. Where old and new media collide*, New York 2006.
45. Davis 2007.
46. *Operation Crossroads. The official pictorial record*, 1946, s. 7 (min översättning).
47. *Operation Crossroads. The official pictorial record*, 1946, s. 9.

# Turistguide, livsnjutare och kosmopolitisk förebild

*Journalistrollen i resebloggarna*

EMILIA LJUNGBERG

I bloggen *London Calling* skriver frilansjournalisten och reseskribenten Cajsa Lykke Carlsson om London för resemagasinet *Res*. Läsaren får ta del av hennes vardag i storstaden, och även triviala aspekter av hennes privatliv beskrivs. I ett blogginlägg från den 11 januari 2013 skriver hon om en orkidé som står i hennes hem och som har överlevt trots att hon sällan vattnar den. På tidningen *Res* webbsidor finns både bloggar som skrivs av professionella skribenter och vad tidningen kallar läsarbloggar. Bloggarna utmanar till synes journalistens privilegierade position i relation till läsaren som ges en möjlighet att själv bli skribent, men paradoxalt nog fungerar bloggandet även som ett sätt att framhålla journalistens auktoritet i kontrast till amatören.

Genom att läsa skribenternas bloggar kan läsarna få upplevelsen av att komma nära deras liv i metropoler runt om i världen. Bloggskrivande förknippas ofta med amatörer men används också av etablerade journalister och tidningar, och även om bloggaren är en journalist framhålls det personliga tilltalet och möjligheten att få en inblick i skribentens privatliv. I följande kapitel används resejournalistiken och bloggen *London Calling* som exempel för att visa hur journalistrollen konstrueras i bloggar. Hur används bloggar av professionella skribenter? Hur skiljer sig den bloggande resejournalistens roll från journalistrollen i det tryckta resemagasinet? Snarare än att presentera en helt ny relation mellan läsare och skribenter innebär bloggen både en återgång till en äldre roll för resejournalisten, rollen som guide, och en tydligare

betoning av journalisten som kosmopolitisk förebild. Att studera resebloggar ger nya perspektiv på hur relationen mellan läsare och journalister gestaltas sig.

I ett mediehistoriskt perspektiv syftar kapitlet till att studera hur bloggen som en del av så kallade nya medier förhåller sig till och imiterar redan etablerade journalistiska genrer. Tidigare forskning har visat hur nya medier, inte minst digitala medier, relaterar till äldre medier, hur medier förändras i relation till varandra och hur de formas av sitt sammanhang.<sup>1</sup> Många studier har varit inriktade på att visa hur nya digitala medier förhåller sig till äldre medieformer när de nya medierna först börjar få spridning, till exempel internet under tidigt 1990-tal. Bloggen av i dag är i jämförelse en mer etablerad mediegenre men lånar fortfarande mycket av sin form från den tryckta tidningen.

Precis som bloggen är resejournalistiken en hybridgenre som kan närma sig utrikesreportage lika väl som reklam. Under slutet av 1900-talet och det tidiga 2000-talet förvandlades resetidningarna till lyxiga livsstilsmagasin.<sup>2</sup> Den livsstil som presenteras av tidningen *Res* är baserad på konsumtion och exklusivitet. Utvecklingen mot livsstilsmedier förändrar både journalisternas och läsarnas roller, och relationen mellan dem. Journalisterna går från att vara turistguider som informerar läsaren om var och hur man ska resa till att vara förebilder som förmedlar en eftersträvansvärd kosmopolitisk livsstil. Praktiska råd och tips får ta mindre plats i tidningen medan presentationen av en lyxig livsstil i text och bild tar upp alltmer plats.

Även som livsstilsmagasin behåller resemagasinen sin didaktiska funktion, och den kan förstärkas genom bloggarna. Läsaren ska lära sig ett önskvärt sätt att resa såväl som en önskvärd livsstil som skribenterna representerar. I bloggarna kan journalisterna återgå till att vara turistguider som informerar läsaren om spännande upplevelser. Den direkta kommunikation mellan läsarna och skribenterna som kommentarsfältet möjliggör används ofta av läsarna för att efterfråga råd och tips. Samtidigt förstärks resejournalistens roll som kosmopolitisk förebild genom den ökade synlighet som bloggen ger.

## Amatörer, professionella och företag i bloggofären

Att bloggar förknippas med amatörer och att de anses göra gränsen mellan läsarna och de professionella journalisterna flytande har att göra med bloggen som uttrycksmedel. Den språkliga stilen i bloggen är personlig och präglas av en direkthet.<sup>3</sup> Texterna ska uppfattas som spontana. Ett annat genredrag är den centrala betydelsen av bilder.<sup>4</sup> Bilderna i *London Calling* är ofta amatörmässiga, och kan till exempel vara Instagrabilder tagna med en mobilkamera.

Bloggen är en del av utvecklingen av webb 2.0 och bloggans associationer till amatörer hör ihop med begrepp som *prod.user* och *prosumer* som används för att beskriva hur den tekniska utvecklingen utmanar gränserna mellan producenter och konsumenter. Begreppen har också en normativ dimension. Att webb 2.0 gör det möjligt för konsumenterna att själva producera material anses öppna upp för en demokratisering.<sup>5</sup> Bloggarna på *res.se* kan förstås som en del av denna utveckling. Samtidigt kan journalisternas bloggar användas för att förstärka deras roll som experter i relation till läsarna.

Ett annat sätt att relativisera synen på webb 2.0 som demokratiserande är att påpeka att gränsen mellan producenter och konsumenter även tidigare har varit flytande. Magasinens läsare har tidigare varit aktiva genom insändare och genom tävlingar där läsarna har uppmuntrats till att bidra med texter och bilder till tidningen och där det har ingått i vinnarens pris att bli publicerad. Likheterna mellan tävlingarna i papperstidningen och läsarnas bloggskrivande blir tydliga när redaktionen skriver att de som är intresserade av att skriva för tidningen professionellt kan börja med en blogg och därigenom visa sin skicklighet som skribenter: ”Det allra bästa sättet att få vår uppmärksamhet är att börja blogga för oss – och på så sätt visa vad du går för. På så sätt har du både chans att vinna en resa och dessutom möjligheten att bli publicerad i *RES*. I varje nummer utser vi Bästa blogg-citatet, Bästa blogg-bild och Flitigaste bloggaren.”<sup>6</sup> Läsaren uppmanas till att anta en roll som skribent och fotograf, i förhoppningen att bli publicerad. Citatet visar att den bloggande läsaren förväntas sträva efter att bli professionell journalist och fotograf, samt att det fortfarande är den tryckta tidningen som har högst status.

Inom forskningen kan bloggar uppfattas som en genre främst för amatörer. I Gloria Capellis artikel om resebloggar beskriver hon det som ”en form av personligt skrivande”.<sup>7</sup> David Crystal nämner vad han kallar ”företagsbloggar” i sin bok *Language and the Internet* men i hans analys är det ”personliga bloggar” som ges mest utrymme.<sup>8</sup> De bloggar på *res.se* som skrivs av frilansjournalister kan beskrivas som en form av företagsbloggar om man använder Crystals terminologi. Så kallade företagsbloggar kan använda sig av bloggans associationer till amatörer och privatliv och på det sättet argumentera för att bloggen ger läsarna något annat än vad en nyhetsartikel eller ett resereportage gör. Läsaren bjuds in till att ta del av något privat eller personligt även om skribenten är en professionell journalist.

Det är oklart vad som skiljer en företagsblogg från andra typer av webbsidor. Resebloggar har främst undersökts av forskare som har varit intresserade av bloggans användbarhet för turistindustrin, inte minst som ett sätt att ta reda på hur turister uppfattar en viss destination.<sup>9</sup> Ett undantag är Deepti Ruth Azariah's artikel om bloggen som skrivs av Tony Wheeler, grundaren av Lonely Planet. Azariah konstaterar att det faktum att texten kallas för en blogg implicerar att den har vissa egenskaper och att Tony Wheelers blogg kan anses vara en blogg bara till namnet.<sup>10</sup> En blogg består av (ofta) korta texter som är kronologiskt ordnade med det senaste inlägget först. Bloggen karaktäriseras av att vara regelbundet uppdaterad, användningen av hyperlänkar samt att läsarna kan kommentera inläggen. Azariah ifrågasätter om Tony Wheelers webbsida är att betrakta som en blogg eftersom det saknas interaktivitet. Det finns varken ett kommentarsfält eller en e-postadress till skribenten. Wheeler använder sig av bloggans popularitet utan att hans webbsida uppfyller de förväntningar som finns på en blogg.

I bloggen *London Calling* och i många av de andra bloggarna på *res.se* förs en aktiv dialog med läsarna. Skribenterna länkar ofta till andra webbsidor i sina inlägg men däremot finns det få länkar till andra bloggar vilket annars är karaktäristiskt för bloggenren. I bloggen *London Calling* är det tomt under rubriken ”Mina Länkar”. Genom att länka till andra bloggar skapas ett nätverk inom den så kallade bloggösfären. Bloggarna på *res.se* får inte sitt sammanhang genom andra resebloggar utan genom *Res*. Användningen av webbsidan och bloggarna kan också

beskrivas i termer av konvergens eftersom *Res* på flera sätt knyter samman dem med den tryckta tidningen, bland annat genom att en del av bloggarna publiceras i tidningen och att bloggarna ibland uppmärksammar att ett nytt nummer av tidningen har kommit ut.

### Bloggarna på *res.se*

*Res* började publiceras 1981 under namnet *Resguide* av Eva och Magnus Rosenqvist och bytte namn 1994. *Res* var relativt tidigt ute med att använda sig av internet och öppnade sitt webbhotell innan det var helt klart vad det skulle användas till. I presentationen av webbhotellet i oktober 1995 framgår det att webbsidan sågs som en sorts arkiv och förlängning av tidningen där man kunde samla en stor mängd information. Men *Res* var även tidig med att skapa ett forum och senare ett webbcommunity där läsarna kunde vara aktiva genom att skriva och publicera bilder från sina resor. Detta utvecklades senare till läsarbloggar samt bloggar skrivna av frilansjournalister. Cajsa Lykke Carlsson har skrivit bloggen *London Calling* på *res.se* sedan augusti 2009.

Bloggarna på *res.se* använder *wordpress* och följer en konventionell stil för bloggar. Överst på sidan finns ett blogghuvud. Inläggen är placerade i en bred stapel till höger, överst till vänster finns en kort presentation av skribenten, sedan följer en lista över andra bloggar som skribenten länkar till, en karta, en så kallad *bloggroll* samt ett arkiv och listor där inläggen är sorterade efter ämne, kommenterar från läsare och så kallade *trackbacks*, det vill säga en lista över andra bloggar som kommenterat ett specifikt inlägg. Längst till vänster finns en kort kolumn med reklam.

På startsidan för *res.se* delas bloggarna upp tydligt under rubrikerna "läsarbloggar" och "RES bloggare" medan de på sidan för bloggar församman i en enda lång lista under rubriken "VI BLOGGAR RES.SE". Bloggarna som skrivs av läsare och de som skrivs av professionella skribenter särskiljs även genom diskreta skillnader i layout. De bloggar som tillhör den senare kategorin har ofta ett individuellt blogghuvud som inkluderar en bild på skribenten medan många av läsarbloggarna har ett generiskt blogghuvud, även om denna kategorisering inte stämmer helt.

*Res*-bloggarna är ett bra exempel på den vildvuxenhet som fortfarande präglar genren.<sup>11</sup>

Bloggar är ofta en blandning mellan olika ämnen samt mellan privat och offentligt, personligt och politiskt. Inläggen kretsar kring tips om restauranger, barer, shopping och utställningar men kan även inkludera politiska ämnen. I *London Calling* skriver Lykke Carlsson om könsroller, Margaret Thatcher och upploppen i London 2012. De bloggar som skrivs av frilansjournalister skiljer sig åt inte minst vad gäller stilen och kvalitén på de fotografiska bilderna. I bloggarna *Paris mais oui* och *Thailand scoops* som båda tillhör de officiella *Res*-bloggarna är bilderna det centrala medan bilderna i *London Calling* ibland är tagna med mobilkamera.

### **Utveckling mot livsstilsmedier. Från platser till drömmar**

För att förstå hur journalistrollen konstrueras genom användningen av bloggar på tidningens webbsidor är det nödvändigt att beskriva hur den rollen har förändrats genom tidningens utveckling till livsstilsmagasin under 1990-talet. Det finns ingen entydig definition av begreppet livsstilsmedier men de karaktäriseras ofta av en strävan efter en högre social status, en fokus på att förbättra jaget och konstruktionen av identiteter genom konsumtion och definitioner av smak.<sup>12</sup>

Resetidningarnas utveckling mot livsstilsmagasin och den förändrade journalistrollen det medför hör även ihop med utvecklingen av internet. Under tidigt 1990-tal hade varje nummer av *Res* flera sidor längst bak i tidningen där tidningen presenterade information i form av långa listor över växelkurser och flygtider. Den informerande roll som tidningarna hade tidigare blev mindre viktig i och med att informationen finns tillgänglig på internet där den också är bättre uppdaterad. Resetidningarna var tvungna att hitta nya sätt att vara relevanta för läsarna. Förmedlingen av praktisk information gavs därför mindre plats medan konstruktionen av en ideal livsstil fick mer utrymme.

I egenskap av livsstilsmedier skriver tidningarna om mer än resor. Det som erbjuds läsaren är en hel livsstil med bland annat shopping, design och konst, vid sidan om det mer traditionella resereportaget. I

*Res* har förvandlingen till resemagasin varit tydlig i tidningens intresse för designhotell och hotell i allmänhet där det är de stilrena hotellen snarare än själva platsen där de råkar befinna sig som är det viktiga. I september 2003 beskriver *Res* chefredaktör Johan Lindskog sin förkärlek för designhotell och skriver att exklusiva hotell nu har blivit en upplevelse i sig själva. Fysiska platser blir mindre viktiga medan drömmar och fantasier om det exklusiva blir mer centralt.

Att resa ger en chans att ta en paus från ens vardagliga liv och skapa en tillfällig identitet. Precis som reklam skapar resemagasin drömmar och fantasier. De resmål som presenteras i magasinen är inte nödvändigtvis något som läsarna har råd med. Att läsaren av reseberättelser är en fåtöljresenär som njuter av att läsa om exotiska platser snarare än att han eller hon själv åker dit är en välkänd sanning som förstärks genom livsstilsmagasinet presentation av ouppnåeliga upplevelser.

### Läsare och skribenter i livsstilsmagasinet.

#### Från journalisten som guide till journalisten som livsnjutare

Magasin och tidskrifter har ofta strävat efter att upprätta ett intimt och förtroligt förhållande till läsaren.<sup>13</sup> Tidningar som vänder sig till män vill till exempel skapa en jämlik och homosocial gemenskap med läsaren.<sup>14</sup> Magasinjournalistikens ökade inriktning på livsstil har medfört en förändrad relation till läsarna, magasinen erbjuder nya identiteter för läsarna att förhålla sig till. Läsarna hamnar i fokus på ett nytt sätt, de tilltalas direkt i ledarartikeln där de blir inbjudna till tidningens värld av en personlig chefredaktör som ofta synliggörs genom en stor bild.

Allt mer utrymme ges till definitioner av vem läsaren är, vilket bland annat baseras på läsarundersökningar. Den mest detaljerade diskussionen om vem den implicite läsaren är publicerades efter att *Res* hade gjort en läsarundersökning 2001. Läsaren tilltalades direkt och chefredaktören Johan Lindskog skrev: ”du är en kunnig, nyfiken, och intelligent livsnjutare som ständigt söker nya upplevelser” (december/ januari 2001/2002). Läsaren beskrevs vidare som en person med relativt god ekonomi och som en kräsen konsument. Förutom att resa tycker läsaren om ”gott vin och mat. Du gillar litteratur och design; du är öppen för modern konst såväl som gamla kulturer. Du uppskattar både



natur och urban arkitektur.” Nyckelordet för att definiera läsaren i den här ledaren är ordet ”livsnjutare”, och detta upprepades i senare ledare. Läsarens identitet beskrevs ibland i detalj, läsaren av *Res* var till exempel någon som inte var intresserad av travsport eller stickning. Sättet att i detalj definiera läsaren påminner om Bourdieus graf över kulturellt kapital där aktiviteter som pétanque och dryckesvanor placeras i relation till tillgången på kulturellt och ekonomiskt kapital.<sup>15</sup> I egenskap av livsstilsmagasin ger resetidningarna större utrymme till att beskriva en läsare med en väldefinierad identitet som baseras på konsumtion.

Livsstilsbegreppet kan liknas vid klasstillhörighet även om klass sällan diskuteras i livsstilsmagasinet. En avgörande skillnad mellan klass och livsstil är att livsstilar är mer flyktiga till sin natur än klass. Precis som modetrender är livsstilsidentiteter instabila. Det är något som måste skapas och ständigt återskapas av individen och detta innebär att identitetsskapandet blir mer medvetet och reflexivt. Livsstilsmedier spelar en roll i att konstant övervaka och sprida livsstilar. En aspekt av resemagasinens utveckling mot livsstilsmagasin är att både läsarens och skribenternas identiteter fördes fram på ett tydligare sätt än tidigare. Detta är allra tydligast i ledarna i *Res* där man diskuterar läsarens identitet i smickrande termer, och samtidigt presenterar skribenterna som kosmopolitiska och framgångsrika förebilder.

Läsarna presenteras som världsvana livsnjutare men samtidigt ska de lära sig av journalisterna, och det är journalisterna som är de riktiga kosmopoliterna, både i papperstidningen och i bloggarna. Livsstilsmediernas existens är beroende av en ängslig konsument. David Bell och Joanne Hollows skiljer mellan två olika medelklasspositioner: den nya ”petite bourgeoisie”, som är ”livsstilsmediernas naturliga publik” på grund av dess osäkerhet över identitet och smak, och den nya medelklassen som tar sina livsstilar mer allvarligt än sina karriärer och som är uttolkare av stil.<sup>16</sup> I *Res* presenteras skribenterna som representanter för den nya medelklassen medan läsarna positioneras som *petite bourgeoisie*, de osäkra konsumenterna som vänder sig till livsstilsmagasinet för att bli guidade till den åtråvärda livsstilen. Bloggarna betonar snarare än utmanar den rollfördelningen.

I livsstilsmagasinet kombinerar resejournalistik intresset för främmande platser med konstruktionen av en kosmopolitisk elitidentitet

som delas av läsare och skribenter. Skribenterna ska inte längre guida läsaren genom praktiska råd och tips utan visa en hel livsstil. Att informera och lära upp läsaren sker mer implicit genom att en livsstil inriktad på njutning och avkoppling presenteras. Bloggarna på tidningens hemsida är som sagt en del av denna utveckling mot synligare journalister samtidigt som bloggarna möjliggör en återgång till en tidigare skribentroll där skribenten guidar läsaren till olika turistupplevelser.

Användningen av bloggarna följer en tidigare utveckling mot en ökad intimitet i tidningens sätt att tilltala läsarna.<sup>17</sup> Detta syns inte minst i hur chefredaktören i högre grad blir en karaktär som läsaren möter på ledarsidan av tidningen. I *Res* var det först 1996 som chefredaktören Anders Falkirk syntes på bild. Då såg man förutom Falkirk en dator och högar av tidningen som Falkirk lutar sig emot. Bilden betonar hans roll som chefredaktör och hans plats i redaktionsmiljön. Under Lindskogs år som chefredaktör blir bilden av honom på ledarsidan mer och mer intim genom att bli allt mer av en närbild.

Intimiteten tar sig även uttryck i ett mer utbrett användande av ”jag” i journalisternas texter. Att journalisterna allt oftare skriver om resor och platser utifrån sina egna erfarenheter är även det en del av omvandlingen mot livsstilsmedier. Resereportagen kommer att i högre grad handla om journalistens resa samt hans eller hennes inre upplevelser medan texterna tidigare har placerat läsaren och läsarens resa i förgrunden. En liknande utveckling har observerats i nyhetsjournalistikens utrikesrapportering.<sup>18</sup>

Skribenterna hade en synlig position i *Res* redan under det tidiga 1990-talet. *Res* använder sig mer av skribenter på plats än andra tidningar, som i stället skickar ut skribenter för att skriva reportage.<sup>19</sup> *Res* har även en tradition av att använda sig av kända skribenter och journalister. Under 1990-talet skrev Agneta Engqvist för tidningen. Hon var även utrikeskorrespondent och skrev för *Dagens Industri*. Även korrespondenten Göran Leijonhufvud skrev för *Res*. Ett annat känt namn är författaren Kerstin Thorwall. Vad gäller reseskribenter har till exempel Bobo Karlsson och Zac O’Yeah, som båda har skrivit många reseböcker, skrivit mycket för tidningen.

I maj 2001 var ledarsidan i tidningen omarbetad så att den inte bara visade en bild av chefredaktören utan även bilder och korta presenta-

tioner av tre medarbetare som hade bidragit till det aktuella numret, till exempel skribenter, fotografer och illustratörer. Medarbetarna beskrivs återkommande som kreativa kosmopoliter och som framgångsrika och väldigt färgstarka mediearbetare. Presentationerna innehåller beskrivningar av vad de har arbetat med och vilka metropoler de har besökt eller bott i. På innehållssidan i december 2006 presenterades den välkände resejournalisten Bobo Karlsson på följande sätt:

Bobo Karlsson har skrivit i *RES* sedan starten och rapporterar mest av allt från USAs metropoler, eftersom han bodde i New York under hela 1980-talet. Där skrev han två böcker som fick kultstatus – en om det stora äpplet, ”New York, New York”, och ”Drömmen om Kalifornien”. Under de senaste åren har vi läst hans stadsporträtt från Buenos Aires, Rio de Janeiro, Chicago, Salvador, São Paulo, Amsterdam – och i detta nummer återvänder han till Bangkok. Under 2007 kommer han att rapportera från åtminstone två andra metropoler. (December 2006.)

Genom att vara synliga på det här sättet fungerar medarbetarna i *Res* som beresta förebilder och guider som genom artiklar och bilder möjliggör för läsaren att få en inblick i deras livsstil, om än bara tillfälligt. Genom bloggarna kan läsarna följa skribenterna med en större regelbundenhet. Precis som tidigare skribenter är tidningens officiella bloggare, och även en del av läsarna som bloggar, utlandssvenskar snarare än resenärer. Att bloggen handlar om både skribenten och platsen tydliggörs i *London Calling* genom att Lykke Carlsson fortsätter att uppdatera bloggen när hon reser. Läsaren får följa med när skribenten är hemma i ett grådisigt Malmö eller på semester i Berlin med sin familj.

### **Skribenten i resebloggen**

Bloggarna på *Res* webbsidor möjliggör en vidare fokusering på skribenternas personligheter, eftersom bloggarna kombinerar information om bland annat nya barer, restauranger och konstevenemang, som finns tillgänglig i den tryckta tidningen, med detaljer kring skribenternas vardagsliv. Genom bloggarna blir läsaren inbjuden till att komma närmare skribenterna och deras liv i trendiga metropoler runt om i

världen. Den personliga tonen som är en genrekonvention för bloggar är i resebloggen även en del av en längre utveckling mot en mer personlig ton inom resejournalistiken där texterna under det sena 1900-talet kom att i allt större utsträckning vara inriktade på journalistens egna upplevelser och inre liv, snarare än på politiska skeenden och fysiska platser.

Den 23 juni 2013 skriver Lykke Carlsson ett inlägg med titeln "Architectural Association" som kan exemplifiera hur bloggen på flera sätt skapar närhet till läsaren:

I fredags åkte jag in till vackra Bedford Square i Bloomsbury för min kompis Zhan's degree show på *Architectural Association*. Jag och Christin var peppade på att se lite verk.

Det var jättefint väder utomhus, men inomhus var det hur mycket folk som helst så vi smet ut på ett filmiskt hustak där vi drack cava och tittade på folk medan musiken ekade mellan husväggarna. Jag och Dara hade för övrigt matchande outfits. Sedan lämnade vi centrum för öst och mer fredagskvällshäng. På lördagen tog jag mig in till centrum igen och åt bästa bakfyllematen, koreansk *raw beef bibimbap* på *Po Chung Ma Cha* bakom Tottenham Court Road station. Riktigt gott och hyfsat prisvärt.

De korta avsnitten med text i inlägget kombineras med sju bilder. Kursiverna i citatet markerar hyperlänkar. Den språkliga stilen är personlig genom användningen av slangord som "peppade" och genom att läsaren inte ges en förklaring till vad en "degree show" är, däremot finns en länk till Architectural Association. Den språkliga stilen kan jämföras med stilen på ett vykort eller i en dagbok. Texten beskriver en händelse som har passerat och handlar om skribentens upplevelser. Lykke Carlsson länkar till Architectural Association men det framgår inte i inlägget om utställningen är avslutad eller inte. Syftet med inlägget kan sägas vara att informera läsaren om en utställning men det sker implicit och texten fungerar främst som en presentation av skribentens liv i London.

Texten och bildtexterna nämner flera av skribentens vänner vid förnamn. Eftersom skribentens vänner nämns vid förnamn men inte presenteras framstår det som att läsaren känner till dem. Närhet skapas



bilderna i tidningen *Res* till stor del människorna på den plats som besöktes. Bilderna i bloggen kan därför ses som en återgång till rese-magasinet konventioner trots att det i bloggen snarare är bloggskribenten som syns än lokalbefolkningen. I livsstilsmagasinen försvinner människor från bilderna till förmån för minimalistisk design och vackra folktomma landskap. Ännu en aspekt av hur bloggen förmedlar närhet till läsaren är att de upplevelser som presenteras i *London Calling* är långt ifrån den exklusiva turism som presenteras i många av reportagen i den tryckta tidningen.

### **Bloggaren som turistguide och självständig kosmopolit**

En välkänd dikotomi inom turismen är den mellan turister och äkta resenärer där turisterna får representera ett osjälvständigt flockbeteende medan resenären anses ha en djup och autentisk upplevelse av det främmande. Resenären symboliserar äventyr och individualitet medan turisterna associeras med kommersialiserad massturism. I sin artikel om Tony Wheelers blogg använder sig Azariah av dikotomin när hon skriver att bloggenren är kompatibel med en resenärsroll snarare än turistrollen. Den äkta resenären har precis som bloggaren ett tydligt jag i texten. Turistdiskursen är enligt Azariah monologisk, auktoritär och saknar en tydlig författarröst. Det finns alltså enligt henne en motsättning mellan skribenten som turistguide och den självständiga resenären, samt mellan bloggskribenten och turistguiden.

Bloggarna på *res.se* innehåller exempel på texter som är skrivna i vad som kan definieras som guideboksstil, främst genom användningen av imperativ. Precis som en turistguide tipsar skribenterna om spännande upplevelser, till exempel när frilansjournalisten Katarina Matsson skriver om en restaurang i sin blogg *Insideout NYC*: ”Skippa framsidans uteservering och bege dig till den grönskande innergården. Kittad med AC är den en perfekt kombination av ute och inne – en önskedröm under New Yorks värsta sommarmånader. Den medelhavsinspirerade menyn är lika god som inne i stan. Beställ in ett gäng smårätter och dela på!” (21/7 2013.) I inlägget använder skribenten imperativ för att guida läsaren på en tänkbar framtida resa. Läsaren tilltalas direkt som ”du”.

Samtidigt är de bloggande resejournalisterna livsstilsmagasinet självständiga resenärer som sätter det egna jaget och den egna upplevelsen i centrum. Läsaren bjuds in till att uppleva det som skribenterna redan har upplevt vilket är tydligt i Lykke Carlssons inlägg "Architectural Association" som citeras ovan. Läsaren kan ta del av en kosmopolitisk livsstil genom att läsa om skribentens liv i en metropol. Både *London Calling* och *Insideout NYC* växlar mellan vad Azariah kallar en turistdiskurs och en resenärsdiskurs. Bloggen har ingen självklar koppling vare sig till journalisten som turistguide eller till journalisten som den självständiga resenären. Bloggarna på *res.se* underminerar en uppdelning mellan en guideroll och en resenärsroll.

Bloggarnas position som kosmopolitiska utlandssvenskar placerar dem tydligt i kategorin äkta resenärer. Bloggaren är i egenskap av bosatt någon som har en ännu djupare relation till det främmande än vad den äkta resenären har. Blogghuvudet är oftast ett fotomontage av skribenten tillsammans med bilder på staden som är föremål för bloggen. Skribenten är tydligt placerad i staden. Många av bloggtitlarna uttrycker skribentens passion för staden, till exempel bloggarna *LA, I'm yours* och *Tokyomania*. Det kosmopolitiska draget förstärks också av att delar av texten är översatt till engelska i en del av bloggarna.

Presentationstexterna betonar skribentens kunskap inte bara om den plats som beskrivs i bloggen utan även om andra platser. Det är den kosmopolitiska livsstilen som förs fram som ett ideal. Bloggarna presenterar sig på samma sätt som skribenterna presenteras på ledarsidan i den tryckta tidningen. I bloggen *Moving Love* beskriver skribenten sig själv på följande sätt: "Efter många år av resor och vandrande, slog Linda sig ner på hippie chica Ibiza, som med sin naturliga skönhet och känsla av frihet känns som hemma just nu. Linda är yogalärare med en BA i Indisk filosofi från SOAS, London och en MA i Bildjournalistik från UAB, Barcelona." Texten tydliggör skribentens eftersträvningsvärda livsstil och hennes identitet som kosmopolit även om hon nu är bosatt på en plats.

Enligt Azariah gör avsaknaden av kommentarsfält att läsarna inte kan underminera skribentens roll som expert.<sup>21</sup> Genom kommentarsfältet kan läsarna kritisera och ifrågasätta skribenten. För bloggarna på *res.se* är det snarare så att kommentarerna skapar och bekräftar skriben-

tens roll som expert. Kommentarererna består till stor del av frågor av praktisk natur. Kommentarererna från läsarna fungerar både som ett sätt att bekräfta skribentens expertstatus och att skapa den närhet med läsarna som tidningen strävar efter. Skribenterna som skriver de officiella bloggarna får frågor både från läsare som ska resa som turister och från läsare som själva funderar på eller är på väg att flytta till platsen. Bloggläsarna frågar till exempel om hur man ska göra för att hitta en lägenhet i Tokyo.

### Upprätthållandet av gränser

Reseskribentens position som auktoritet i resebloggen visar hur bloggen inte automatiskt bidrar till att gränserna mellan professionella skribenter och amatörer suddas ut. Bloggen har ingen självklar funktion utan definieras kulturellt av hur både journalister och läsare använder sig av den. Möjligheten att blogga betyder inte att läsarna likställs med skribenterna och detta tydliggörs inte minst i hur tidningen framhåller läsarnas bloggande som ett sätt att visa sin skicklighet som skribent för att möjligen få skriva för tidningen. De bloggare som skriver för tidningen framhålls som ett ideal, både som resenärer och kosmopoliter och som skribenter.

Tidningen skapar både närhet och avstånd mellan skribenter och läsare. Livsstilsmagasinet inriktning baseras på läsarnas och skribenternas gemensamma livsstil som redaktionen för *Res* skriver i en artikel i juli/augusti 2001.<sup>22</sup> Livsstilsmagasinet paradox är att läsaren både smickras genom att utmålas som någon som har den rätta livsstilen medan han eller hon samtidigt ska lära sig något av skribenterna, som är de äkta resenärerna eller, vad gäller bloggarna, de äkta skribenterna.

Läsaren bjuds tydligt in till att sträva efter det ideal som de professionella skribenterna utgör, inte minst genom att ha en egen blogg. Samtidigt upprätthålls gränsen mellan professionella och amatörer, bland annat genom att bloggarna sorteras i två kategorier på *res.se*. Gränsen mellan skribenter och läsare är både flytande och stabil, såväl i den tryckta tidningen som på tidningens webbsidor. Bloggarna medför ytterligare ett sätt att konstruera relationen mellan läsare och skribenter men innebär inte någon avgörande skillnad.



Bloggarna på *res.se* är ytterligare ett exempel på hur nya medier lånar uttryck och former från äldre medier. Skribentens synlighet i bloggen är en fortsättning på resejournalistikens ökade intimitet och betoning av journalisternas kosmopolitiska livsstilar, samtidigt som bloggen också innebär en återgång till journalistens roll som guide. Bloggen möjliggör därigenom att en tidigare funktion för resejournalistiken betonas på nytt snarare än att bloggen innebär en radikalt förändrad journalistroll eller ett helt nytt sätt att definiera relationen mellan skribenter och läsare.

Bloggens funktion kan inte förstås enbart eller ens i första hand utifrån vilken form av kommunikation som den tekniska utvecklingen möjliggör utan hur både tidningen som producent och läsarna som skribenter använder sig av genren. Genom bloggen kan läsaren publicera sina egna texter men den flytande gränsen mellan skribenter och läsare fanns även innan tidningen börjar använda sig av internet. Bloggens tekniska möjligheter spelar en roll i hur skribenternas och läsarnas roller skapas men framförallt handlar det om hur bloggen ges kulturell betydelse och definieras som genre.

Intresset för det personliga och inriktningen på skribentens livsstil är karaktäristiskt för bloggen men har som sagt en lång historia både i reseberättelsen i vidare bemärkelse och i resejournalistiken när resetidningarna omvandlas i riktning mot livsstilsmedier. Det som skiljer bloggen från andra former av reseberättelser är betoningen av det vardagliga och triviala som kan te sig paradoxalt i en genre som resejournalistiken eftersom turismen är inriktad på det annorlunda, det exotiska och avvikande.<sup>23</sup> När Cajsa Lykke Carlsson i sin blogg kombinerar sina betraktelser från London med att skriva om sin orkidé och hur den har överlevt trots den långvariga avsaknaden av vatten förs ett nytt element in i reseberättelsen.

Det har påpekats tidigare att synen på så kallade nya mediers revolutionerande betydelse och påståendet om den demokratiserande kraften i webb 2.0 är överdriven. Bloggen kan som sagt användas för att bekräfta den professionella skribentens auktoritet i relation till de bloggande läsarna, vilket går emot synen på att webb 2.0 innebär att gränsen mellan amatörer och professionella suddas ut. De professionella skribenterna använder sig av bloggans associationer till amatörer

och bloggans personliga tilltal för att skapa närhet till läsaren. Bloggen innebär en paradox vad gäller journalistrollen. Å ena sidan möjliggör den en återgång till journalisten som turistguide. Å andra sidan förstärker den livsstilsmagasinet betoning av journalisterna som kosmopolitiska förebilder. Den bloggande resejournalisten blir både turistguide, livsnjutare och kosmopolit.

### Noter

1. David Thorburn & Henry Jenkins (red.), *Rethinking media change. The aesthetics of transition*, Cambridge, Mass. 2003.
2. Emilia Ljungberg, *Global lifestyles. Constructions of places and identities in travel journalism*, Göteborg 2012, s. 13.
3. David Crystal, *Language and the Internet*, Cambridge 2006, s. 245.
4. Gunter Kress och Theo van Leeuwen skriver att ”i förflyttningen från sidan till skärmen ser vi en förflyttning från ’hur världen berättas’ till hur ’världen visas upp’”. Citerat i Stefano Calzati, ”Power and representation in Anglo-American travel blogs and travel books about China”, *CLCWeb. Comparative Literature and Culture* 2012. <http://dx.doi.org/10.7771/1481-4374.2154>, s. 6 (8/8 2013).
5. Jill Walker Rettberg, *Blogging*, Cambridge 2009, s. 31.
6. ”Vanliga frågor och svar”, <http://res.se/blogg/vanliga-fragor-och-svar/> (2/10 2013).
7. Gloria Capelli, ”’Expats’ talk’. Humour and irony in an expatriate’s travel blog”, *Textus* 2008, s. 9–26.
8. Crystal 2006.
9. Calzati 2012, s. 2.
10. Deepti Ruth Azariah, ”When travel meets tourism. Tracing discourse in Tony Wheeler’s blog”, *Critical Studies in Media Communication* 2012:4, s. 275.
11. Crystal 2006, s. 242.
12. David Bell & Joanne Hollows (red.), *Ordinary lifestyles. Popular media, consumption and taste*, Buckingham 2005, s. 9
13. Anja Hirdman, *Tilltalande bilder. Genus, sexualitet och publiksyn i Veckorevyn och Fib aktuellt*, Stockholm 2004, s.17.
14. Hirdman 2004, s. 272.
15. Pierre Bourdieu, *Praktiskt förnuft. Bidrag till en handlingsteori*, Göteborg 1999, s. 17.
16. Bell & Hollows 2005, s. 7. I kontexten av resemagasinen kan deras argument skrivas om så att snarare än att de nya smakskaparna tar sina livsstilar på mer allvar än sina karriärer, kan man säga att deras livsstilar är

deras karriärer. Reseskribenteras uppgift blir att representera åtråvärda livsstilar.

17. Sara Santesson, "Chefredaktörens invit. En analys av genren veckotidningsledare", opublicerad kandidatuppsats, Lunds universitet 2008, s. 7.
18. Lisa Killander-Braun, *På resa med Vagabond 1998 och 2001*, Stockholm 2006, s. 61.
19. Mats Wingborg, *Glitter och glamour – turismen i resejournalistiken. En granskning av Allt om resor, Vagabond, RES, DN Resor, Aftonbladet och Svenska Dagbladet*, 2012, <http://www.schystresande.se/upl/files/71062.pdf>, s. 16 (25/1 2014).
20. Rettberg 2009, s. 4.
21. Azariah 2012, s. 281.
22. Ljungberg 2012, s. 121.
23. John Urry, *The tourist gaze*, London 2002, s. 3.

# Det visuella historieskrivandets villkor

*Personhistoriskt bildbruk  
i svenska nätbaserade uppslagsverk*

SIMON BÜLOW

I april 2012 offentliggjorde Riksbanken en serie nya sedelmotiv.<sup>1</sup> På den nya tjugolappen syntes en för allmänheten välbekant närbild på Astrid Lindgren. Detta enskilda författarporträtt, ursprungligen taget av pressfotografen Jacob Forsell, fick särskilt stor spridning efter Lindgrens bortgång och hade 2012 hunnit bli så väletablerat att den enligt uppgift i tidningen *Proffsfoto* ”för många [är] lika känd som författaren själv”.<sup>2</sup>

När Jacob Forsell tog det klassiska Lindgrenporträttet, hösten 1987, var han samtidigt målsägande i en pågående rättsprocess mot en tecknare som han ansåg plagierat flera av hans Evert Taubeporätt. Tecknaren friades sedermera av en oenig högsta instans, vilket gav bränsle åt debatten om huruvida fotografier borde skyddas lika starkt som andra bildmedier. 1994 kom slutligen fotografirätten att integreras i upphovsrättslagen, bland annat med hänvisning till Taubemålet.<sup>3</sup>

Med den historien i åtanke är det måhända karakteristiskt att Forsell 2012 offentligen kritiserade Riksbanken för att de inte kontaktat alla berörda upphovsmän *innan* sedelprototyperna offentliggjorts. ”Det här känns respektlöst och oproffsig”, sade Forsell då han intervjuades i *Dagens Nyheter*.<sup>4</sup> Riksbanken kom till slut överens med Scanpix om Astrid Lindgrenbilden, medan däremot ett annat porträtt i sedelserien – föreställande Dag Hammarskjöld – till slut, av rättighetsskäl, byttes ut.<sup>5</sup> I en annan tid, med en annan lag och en annan branschpraxis, hade

sistnämnda åtgärd kanske aldrig vidtagits. En hel nations primära bild av en sådan som Hammarskjöld hade i sådant fall blivit en annan.

Det finns ett gemensamt visuellt kulturarv som vi inte alla gånger tänker så noga på. Historiska bildmotiv reproduceras och sprids som aldrig förr, till följd av den tekniska och mediala utvecklingen. Dessa bilder formar våra föreställningar om det förflutna, på samma gång som de påverkar förståelsen av vår egen samtid. Men vad är det för bilder vi vanligtvis utsätter oss för? Detta kapitel syftar till att historio-grafiskt diskutera bildbruket i dagens digitala medielandskap, genom en undersökning av två dominerande uppslagsverk: *NE.se* och svensk-språkiga *Wikipedia*. I analysen används det kunskapsteoretiska perspektiv Martin Kylhammar anlagt i sin metodlära för identifiering och bekämpning av *faktoider* (försanthållna felaktigheter). Kylhammar har särskilt betonat risken för faktoider i de biografiska sammanhang som rör bortgångna och icke-kanoniserade personer. Dessa faktoider riskerar att överföras i många efterföljande led när de väl återges i förment sakliga översiktsverk.<sup>6</sup> Kapitlet anlägger alltså framförallt Kylhammars kunskapsteoretiska perspektiv på de två uppslagsverken. För att lättare förstå de bakomliggande processer som utmärker dem kommer även grundläggande bildrättsliga aspekter att beröras.

### Bildbruk och historiebruk

En bild som är menad att tjäna som historisk källa, och inte enbart som illustration, utmärker sig vanligtvis med en noggrann redovisning av bildkällans proveniens, upphovspersoner, tillverkningsteknik etcetera.<sup>7</sup> Enligt Sven Hirn bör historiker gå varsamt fram vid bildpublicering genom att ”respektera bildernas komposition och ursprung”, samt ange förvaringsplats och upphovsmannens identitet. ”I dessa avseenden”, skrev Hirn 1991, ”är försyndelserna fortfarande allmänt förekommande och en uppryckning nödvändig.”<sup>8</sup> Problematiken har behållit sin aktualitet.

Vagt presenterade illustrationer riskerar att befästa förutfattade meningar och godtyckliga slutsatser, medan en sakligt specifik bildåtergivning snarare kan tillföra ny kunskap som med omsorgsfull hantering förmår nyansera tidigare föreställningar.<sup>9</sup> Det gäller alltså för

uppslagsverkens del att vara sakligt specifika angående bildernas motiv-innehåll, materiella beskaffenhet och proveniens för att bilderna ska kunna godtas som historiskt källmaterial snarare än som projektytor för förutfattade meningar. Detta sätt att handskas med bilder är en relativ nymodighet i förhållande till skriftbaserat historiebruk, vilket kan förväntas sätta olika spår i uppslagsverkens bildremedieringar beroende på hur gamla bilderna är.

*NE.se* och *Wikipedia* har liknande kunskapsförmedlande ambitioner och målgrupp, men verkar under helt olika ekonomiska och upphovsrättsliga principer. *NE.se* drivs kommersiellt, innehållet är uppbyggt av betalda medarbetare för att läsas av betalande kunder. *Wikipedia* å sin sida förvaltas av en ideell organisation, där innehållet utarbetas på ideella krafterns initiativ för icke-betalande läsare. *NE.se* har i hög grad valt att köpa in bilder från externa bildbyråer, exempelvis Scanpix, medan *Wikipedias* bilder hämtas under fria licenser från den externa bildbanken *Wikimedia Commons* (som jag i det följande kort och gott refererar till som *Commons*).

Hur bildbruket ser ut i praktiken kommer här att undersökas empiriskt utifrån uppslagsverkens artiklar om Verner von Heidenstam och Thorbjörn Fälldin. Det subjektiva urvalet kan motiveras med att Heidenstam och Fälldin, till följd av sina centrala positioner i 1900-talets svenska offentlighet, genererat förhållandevis goda illustrationsmöjligheter, vilket bör ha medfört förhållandevis aktiva bildval. Att personerna varit verksamma under helt skilda epoker gör att de särskilda premisser som gäller för respektive tidsperiod framgår med extra tydlighet. Värt att notera är att både Heidenstam och Fälldin är behäftade med relativt allmänna nationella symbolvärden, som något slags nationalskald respektive regeringschef. Heidenstam som biografisk person är därtill extra historiografiskt intressant, mot bakgrund av den diskussion som förts på senare år av Martin Kylhammar, Per I. Gedin och Andreas Nyblom.<sup>10</sup> Alla tre betonar starkt vikten av att väsentligt omvärdera den bild av Heidenstam som dominerat fram till en bit in på 2000-talet. Av den anledningen förtjänar bildbruket kring Heidenstam att behandlas mer utförligt.

Vilka bilder som används på *NE.se* och *Wikipedia* beror som sagt delvis på rättsliga omständigheter. Bilder med *verkshöjd* skyddas som

regel av upphovsrätt i 70 år efter upphovsmans död. Med äldre fotografier är det dock annorlunda eftersom fotografier fram till 1994 exkluderades från upphovsrättslagen. För äldre fotografier finns därför två fasta datumgränser att förhålla sig till, som gällt oförändrat sedan lagändringen på 1990-talet: den 1 januari 1944 och den 1 januari 1969. Datumerna har att göra med den gamla fotolagens uppdelning mellan *fotografisk bild* och *fotografiskt verk*, med olika skyddstider, 25 respektive 50 år. Fotografiska *verk* av särskilt konstnärligt eller vetenskapligt värde är sedan 1994 fria från upphovsrätt om upphovsmannen avlidit före den 1 januari 1944 eller då upphovsmannen är okänd men bilden tagits före nämnda datum. Fotografiska *bilder* tagna före den 1 januari 1969 (alltså de fotografier som inte uppnår gamla fotolagens krav för att räknas som verk) är likaså fria från upphovsrätt.<sup>11</sup> Ur fotorättsligt perspektiv bör därför särskilt noteras att Heidenstam avled före 1944, vilket betyder att samtida fotografier oftast är fria, och att Fälldin varit verksam både före och efter den 1 januari 1969, vilket per automatik ger företrädesvis fria bilder från den tidigare perioden och i utgångsläget ofria bilder från den senare perioden.

Bildåtergivning i ett uppslagsverk som *NE.se* eller *Wikipedia* ska förutom att vara praktiskt och legalt genomförbar, också förmedla relevant och representativ information. Här kommer Kylhammars metodlära in. Vill det sig illa kan ju en missvisande bildanvändning ge upphov till villfarelser av typen faktoider. För att kunskapsteoretiskt analysera faktoiders livsbetingelser talar Kylhammar om *kunskap* (i bemärkelsen: vad kunskapsbäraren anser sant utifrån goda rationella skäl) i tre kategorier: (1) auktoritetskunskap, (2) reflekterad kunskap samt (3) metakunskap.<sup>12</sup> *Auktoritetskunskap* är sådan kunskap som överförs på rutin genom auktoriteter, en kunskapsstyp som är ”av oskattbart civilisatoriskt värde” men många gånger förrädisk.<sup>13</sup> *Reflekterad kunskap* är sådan vi tack vare kritisk reflektion, egna studier, beprövad egen erfarenhet och andras ifrågasättande kan försvara i ett upplyst samtal och med vår tids intellektuella resurser. *Metakunskap* – den tredje av Kylhammars kunskapsstyper – innebär förtrogenhet med *hur* kunskap och sanning produceras, i vilken sorts processer det äger rum, och när vi har en förmåga att självständigt värdera konstruktionen. Den senare sortens kunskapsbärare är medveten om att kunskap ”är producerad av männi-

skor med förtjänster och brister, att (nästan) all kunskap är beroende av den tid och den plats där den är producerad”. Detta är, enligt Kylhammar, ”den *ideala* hållningen till kunskap och kunskapsproduktion”. Den kräver lång tid och systematiska studier för att uppstå.<sup>14</sup>

För att motverka förekomsten av faktoider förespråkar Kylhammar främst att seminarieformen som metod borde tillämpas i större skala, för en ökad och demokratiserad metakunskap.<sup>15</sup> Kylhammars metodlära för att uppgradera bärare av auktoritetskunskap till metakunskapsbärare påminner alltså en del om strukturen inom *Wikipedia*, där vem som helst beblandar sig med andra i metadiskussioner för att med kollektiv styrka förfina och demokratisera den gemensamma kunskapen. På *NE.se* å andra sidan finns inte samma ambitioner att öppet diskutera bakomliggande metakunskap, där betonas hellre nyttan av ren auktoritetskunskap.

### Två typer av uppslagsverk

*Nationalencyklopedin* (*NE*) publicerades ursprungligen som bokverk i 20 band på Bokförlaget Bra Böcker 1989–1996. Sedan dess har det producerats ett antal kompletterande bokband, såsom ordböcker och atlas, och ett par komprimerade versioner. Uppslagsverket har tillhandahållits digitalt sedan 1997, inledningsvis på CD-ROM, och på internet sedan maj 2000.<sup>16</sup> Den ursprungliga *NE* skapades på uppdrag av regeringen, som backade upp projektet med en statlig lånegaranti.<sup>17</sup> Regeringsuppdraget stipulerade att verket skulle utges i tryckt form, och att bilderna fick uppta cirka 20 procent av ytan.<sup>18</sup> Den digitala vidareutvecklingen har däremot saknat statlig inblandning.

Källhänvisningar förekommer överhuvudtaget sparsamt i *NE/NE.se*. Experterna bakom *NE*-artiklarna har ofta skrivit böcker som av andra använts som källor i ämnet: ”Det finns därför inga direkta källhänvisningar till *NE*:s uppslagsordstexter. Däremot kan det hända att det finns länkar till andra webbsidor för inspiration och vidare läsning.”<sup>19</sup> Under webberan har uppslagsverket haft färre bildleverantörer än tidigare. Många av bilderna från första bokversionen kom dock att leva vidare i *NE.se*, och till somligt har det ordnats ersättningsbilder. Senare bildtillskott har brukat hänga samman med nyproducerade bokutgåvor.<sup>20</sup>



Konkurrenten *Wikipedia* har funnits sedan 2001, såväl den engelskspråkiga originalversionen som den svenskspråkiga. Där har användarna stor frihet att ändra på artikelinnehållet, men det betyder inte att allt innehåll ständigt omkullkastats och byggs upp från grunden. Stabiliteten beror delvis på de regler som guidar användarna, varav den viktigaste är att artiklarna ska skrivas från en *neutral synvinkel*. I stället för att eftersträva objektiva artiklar handlar principen om att rättvist redogöra för alla sidor i en konflikt, utan att konstatera, antyda eller insinuera att den ena sidan har rätt. Med denna huvudregel överges den traditionella encyklopedins strävan att representera den sanna eller bästa kunskapen, konstaterar Jutta Haider och Olof Sundin.<sup>21</sup> Neutralitetsregeln förstärks av riktlinjen att ingen originalforskning ska användas så länge den inte kan verifieras via refererade källor utanför *Wikipedia*.<sup>22</sup> Registrerade och inloggade användare lämnar efter sig automatiska signaturer (användarnamn eller IP-nummer) vid sina redigeringar, som länkar vidare till användarsidor med (potentiellt sett) information om signaturens identitet, intresse och meriter. *Wikipedia* uppdateras ständigt men har samtidigt tagit beständighet och varaktighet till en ny nivå. Som Haider och Sundin uttrycker det: ”alla versioner av alla artiklar [är] alltid tillgängliga för alla.”<sup>23</sup>

Kort sagt: *NE.se*-användaren får som regel förlita sig på omdömet hos de särskilda experter som anlitas av utgivaren, medan informationen på *Wikipedia* idealt sätt är tänkt att kunna skärskådas och kontrolleras.

### Heidenstam i bild

*NE.se*:s Heidenstamporträtt tillskrivs bildbyrån Scanpix och visar en odaterad äldre Heidenstam. Bildtexten lyder:

Verner von Heidenstam. ”Vid Vättern vill jag leva och dö”, förklarade Heidenstam. Hans hem Övralid står kvar i exakt samma skick som när han lämnade det. På Heidenstams födelsedag 6 juli varje år firas Övralidsdagen, och Övralidspriset delas ut till en författare eller en forskare.<sup>24</sup>

Heidenstam i *NE.se* (24/9 2013).

# Verner von Heidenstam

**Heidenstam, Verner von**, född 6 juli 1859, död 20 maj 1920, författare, ledamot av Svenska Akademien från 1912. nobelpristagare i litteratur 1916; jämför släktartikel *von Heidenstam*. Verner von Heidenstam föddes på den lilla berggården Ökhammar vid Väners nordspets. Den tillhörde hans mors släkt (Ritterstöld), och där tillbragte han somrarna. När *Ättensjerna* kommande (1941), den poetiskt utgivna memoarboken, berättar med oemotståndlig grace om denna berggård. Heidenstam berättade själv att det var från Tiveden han stammade, inte från Stockholm där familjen bodde större delen av året. Tuberkulos förkortade Heidenstams skolgång, som 1876–78 ersattes med två långa hälso- och bildningsresor i Syd- och Öst- och Främre Orienten. Synerna gav sin litterära utdelning i debutboken men hade tidigare lockat fram skrivarellföretik som ledde till målarstudier i Rom och Paris.

Heidenstam och hans maka 1880–92 Emilia Ugglas vistades större delen av 1880-talet utomlands, lästigt i Schweiz. Konstnärlivarna fick falla, men i stället knöt han kontakt med August Strindberg. Den märkliga korrespondensen visar en djupgående ömsesidig påverkan. För Heidenstams del är utbytet starka intryck av vännens sociala perspektiv underifrån men också en skärpt självinsikt. När diktsamlingen *Väljört och sandringade* äntligen kom av trycket 1888 var det färgglädd i de orientalska bilderna och bejakandet av en snutt sinnlighet som gjorde det starkaste intrycket, programmatiskt befat i ett par senare, mot naturalismen och 1880-talet riktade programskrifter, *Reklamas* (1889) och *Peppas bröllop* (1890). I den sistnämnda medverkade den nyvunnna bundsförvant Oscar Levertin. Tonfall i debutboken som hade framtidens för sig men som samtidigt hörde förbi, ljud i de korta, alversonsamma "ensamhetens tankar" om livet och lyckans och kärlekens snabba flykt, om hemlängtan som en besatthet, om minnet av det lilla och stora förlustna och av de hädangångna.

En påkostad utgåva var romanen *Nana Allens* (1892) med spelplatser på, under och över jord och från olika tidsvarv. också stilmässigt rör sig verket på helt olika nivåer. Bland de många varierade inslagen märks "Pilgrimens julsång" med själva främlingskapet (latin *alienus* främling) praktiskt orkestrerat. En större framgång hos både kritik och publik blev *Dilzer* (1895), där Heidenstam i breda fresker ställer fram en rad av skedets ofta svåröversärliga teman: uppbrottet ur det dånade lättningslivet till (trojanska) krigets hjältebild prisas lika hämrycigt i "Den niolriga freden" som förbrödrens framtidrike i "Slänger i kyrkkoret". Jätri dotter får i strid med Sibelius berättelse löpa till döden och evigheten, medan renässansfurfurten Malatesta ropar ut sitt stolta trots mot alla smågillar omkring honom. Den första dikten i samlingen är ägnad "Tiveden", hembygden, den sista hela rikt som kallas upp ur sömnen. Ett par år senare får denna nationella tanke en historisk dimension i berättelsesamlingen *Karolinerna* (1-2, 1897–98), där Heidenstam hyllar den moraliska kraftsamling som gjordes helgon och hjältar även av fattigt och ömkligt virke. Kusken, den ensamma inbillningsmänniskan, är i mycket ett idealiserat självporträtt. I diktcykeln *En foår* (i Svenska Dagbladet 1899), som innehåller den av Stenhammar senare tonsatta "Sverigs", förlängs perspektivet både mot en fjärran förutid och in i nuet, där "Medborgarsång" gör stor del av en stort radikalt rösträttsprogram och där Heidenstam tangerar den extrema europeiska nationalismen av Barrés typ. "Hämyrkningens", exaltationen, som hos Heidenstam obehärskat estetiskt inspirerad, har alltså här en lika mycket politisk ledning. I flera tidiga 1900-talrvek, så *Heliga Birgittas pilgrimsfärd*, är den såldrade drivkraften i stället religiös.



Verner von Heidenstam. "Vi följde viljan över oss till", förlämnade Heidenstam. Hans barn Osveldt står kvar i enklid sommarstället som ett barns minne. Vid Heidenstams födelsdag 6 juli 1999 är den Osveldtsdagen, och Osveldtsminnet delas ut till en föreläsare eller en föreläsare.

## Innehåll

- Heidenstam, Verner von
- Litteraturansvinnig

## Illustrationer



## Skarben

- Stellan Sjörek

## Titpa och dela



## Samling



Läs mer om priset som årligen delas ut enligt bestämmelser i Alfred Nobels testamente i kemi, i fysik, i frysologi eller medicin, i litteratur samt i fredens tjänst.

- Nobelpriset

## Relaterade artiklar

- Eden, George Bernard
- Denkväst, Matsyk
- Dolly Prindham
- Fredrik, Gustaf
- Hansen, Knut
- Lagerkvist, Per
- Stenöberg, August
- Söderberg, Rikmar

## Relaterade ämnen

- 1900-talet
- Litteratur: allmänt
- Svensk litteratur: allmänt
- Nobelpristagare i litteratur
- Litteraturforskare
- Historisk och vetenskaplig litteratur

## UR-program

Tillgängligt endast med UR via NE



Hj litteratur: Resolover



Orden med Anna Charlotta: Ett liv på papper - en biograf



Stärksupp: Böcker till barnen!

## Reportage

- Leve Selma! Leve Selma!
- Pajas, politiker och överlat
- Sveriges bästa skulptörerna verk

I ursprungliga *NE* används ett helt annat fotografi, på en påtagligt yngre Heidenstam, och med en helt annan bildtext:

Verner von Heidenstam. ”Trött att evigt posera stående vid sin marmorhvita träbarrier, började Heidenstam göra sig i ordning att flyga”. Så skrev skalden själv på en tidningsreproduktion av detta foto från villan i Djursholm, som han bebodde de första åren av seklet, innan han sökte sig tillbaka till barndomens vatten, Vättern: först till Naddö vid Vadstena 1903, senare till Övralid n.v. om Motala, uppfört 1925 efter hans egna ritningar. Den raljanta formuleringen på bilden anspelar på att Oscar Björcks porträtt av skalden (nu i Göteborgs konstmuseum) tillkommit just på denna balkong, mot samma utsikt.<sup>25</sup>

Bilden i den ursprungliga *NE*-artikeln (utgiven 1992) anges komma från IMS, en bildbyrå som *NE*-redaktionen inte längre har någon affärsförbindelse med.<sup>26</sup> Sannolikt har Scanpixbilden köpts in med anledning av boken *Berömda svenskar* (2005), och med en ny bildbyråbild blev det nödvändigt med en anpassad bildtext.<sup>27</sup>

Den enda skribent som anges i anslutning till *NE.se*-artikeln är Staffan Björck. Att Björck levde 1915–1995 kan visserligen utläsas på annat håll inom *NE.se*, men det krävs att läsaren söker upp den tryckta utgåvan av *NE* för att denne ska inse att bildtexten tillfogats artikeln först *efter* artikelförfattarens död. I Björcks själva artikeltext behandlas Heidenstams mediala persona med endast en mening: ”Därtill kom makten av hans personlighet: dristigheten, charmen, närheten till den representativa gesten, talangen för att skapa fest omkring sig.”<sup>28</sup> I övrigt var det bilden och bildtexten 1992 som upplyste om den karakteristiska *posören* Heidenstam, liksom om hans skiftande hemtrakter – en fakta-redovisning som onekligen tjänar på att förmedlas i en kombination av text och bild, och som tydligt gått förlorad i övergången till *NE.se*.<sup>29</sup>

När *NE.se* visar en odaterad bild från sent i Heidenstams liv (daterad till 1931 i Scanpix' offentliga webbdatabas), är det inte i lika hög grad *författaren* vi ser. Han utgav sin sista bok *Nya dikter* redan 1915, tio år före flytten till Övralid. En bok vars dikter titeln till trots skrivits under ett tidsspänn på 20 år.<sup>30</sup> Staffan Björck skriver i *Svenskt biografiskt lexikon*: ”1916, året efter *Nya dikter*, tilldelades H Nobelpriset. I fortsättningen är hans liv emellertid till den helt övervägande delen privat-

mannens. Endast ytterst sällan framträder han offentligt med en tidningsintervju eller ett tal.”<sup>31</sup> Scanpixbilden har alltså en mer avlägsen koppling till hans författarskap, och kommer från en tid då Heidenstam överhuvudtaget var mindre exponerad för omvärlden.

Martin Kylhammar skriver att tystnaden och tidsandan efter Strindbergsfejden gjorde Heidenstam ”föråldrad medan han levde, obsolet, till en man som var historia, inte en levande, frisk röst i nuet”.<sup>32</sup> När han valdes in i Svenska Akademien 1912 ansågs det av vännerna vara 16 år för sent; han var då, enligt Per I. Gedin, ”som mest utsatt, angripen av Strindberg, övergiven av vänstern och kramad till döds av högern”.<sup>33</sup> Att Heidenstam tilldelades 1916 års nobelpris (i konkurrens med två av de övriga ledamöter som ännu inte fått priset), liksom andra priser och uppvaktningar, räckte inte för att vända den utvecklingen. ”När han dog”, skriver Kylhammar, ”var de inte få som trott döden hunnit honom mycket tidigare.”<sup>34</sup>

Givet att Staffan Björck avled redan 1995, och att den nya bilden och bildtexten fastställts som allra senast 2005, är det i dubbel mening svårt att klandra Björcks artikel för bristande överensstämmelse med samtida kunskap på forskningsfältet. Problemet är att *NE.se*-artikeln helt saknar tydliggörande datering av sitt materials kontextuella giltighet, och att forskningsläget på området sedan 2005 förändrats.

”Vad som egentligen utspelade sig under Heidenstams sista år och under Stiftelsen Övralids första tid har i allt väsentligt förblivit fördolt”, skriver Andreas Nyblom 2005:

Tidigare har man på grund av hänsyn till levande personer tvekat inför uppgiften att studera vad som flera gånger kallats för ”den där obehagliga historien”. De händelser av högst privat karaktär som historien berör hade knappast heller förtjänat att lyftas i dagen om det inte varit för att de en gång verkligen förstörades och nyttjades på sätt som fick konsekvenser både för Heidenstam, under hans sista år i livet, och för hans eftermäle.<sup>35</sup>

Det krävs klarspråk, öppenhet och utförlighet för att redas ut, hävdar Nyblom. ”Det har”, uttrycker han, ”sitt intresse inte bara på ett personhistoriskt plan, eller som bakgrundshistoria för Stiftelsen Övralid, utan också som ett tydligt och dramatiskt exempel på hur en oenighet

om en stor kulturpersonlighets eftermäle i värsta fall kan utveckla sig.”<sup>36</sup> Per I. Gedin följer Nyblom i spåren i sin Heidenstambioografi från 2006, och Martin Kylhammar har 2010 kompletterat denna historieskrivning med vad han anser ger en fullgod bild av Heidenstams ökande otillräknelighet och manipulationspåverkan under och efter 1930-talet.<sup>37</sup> Sammanfattningsvis blev Heidenstam allvarligt demenssjuk och utsattes för testamentssvindlar av, som Gedin formulerar det, ”en krets sykofanter och parasiter”; dessa startade Övralidsstiftelsen och behandlade Heidenstam som ett monument och inte som i förstone en levande människa.<sup>38</sup>

När *NE.se*-bildtexten lyfter fram Övralid, Övralidsdagen och Övralidspriset, tycks det i och för sig rimligt. Men som författarporträtt i snävare mening hade en bild från perioden 1888–1915 kanske varit mer träffande än en beskuren och odaterad 1930-talsbild. Särskilt problematiskt är *NE.se*-bildtextens påstående att ”Övralid står kvar i exakt samma skick som när han lämnade det”. Nyblom, Kylhammar och Gedin visar att Heidenstams privatliv kom att konfiskeras av individer som gjort till sin uppgift att iscensätta ett tillrättalagt eftermäle. Däri ingick att ändra på Övralids interiörer och omgivning åren inför Heidenstams död 1940. Efter bortgången har andra krafter försökt återskapa den ännu inte helt insjuknade Heidenstams Övralid.<sup>39</sup>

Staffan Björck kunde möjligtvis orientera sig väl även i dessa historiska händelseförlopp, och kanske var det ett uttryck för framsynthet att artikeln i 1992 års utförande saknade uppgifter om den åldrade Heidenstam, för att avvärja kollision med uppgifter som ännu inte blivit grundligt och offentligt behandlade. Det är först med den senare bilden och bildtexten, som tillkommit 2005, som bildbruket kring *NE*-artikeln kommit att bli otidsenligt i förhållande till ny kunskap på forskningsfältet.

Sammanfattningsvis kan konstateras att *NE.se*-bilden på Heidenstam saknar ordentlig kontextualisering vad gäller såväl beskrivningen av motivet som den fotografiska arkivhandlingens proveniens. Bilden tycks vara beskuren (av Scanpix), kanske för att förstärka en illusion av intimitet, och kanske för att på samma gång tilltala mer populärkulturellt inriktade bildbyråkunder.







I *Wikipedias* Heidenstamartikel förekommer en porträttmålning, sex gamla ateljéfoton och två sentida exteriörer kring Övralid. Bilderna är inlagda åren 2006–2009 och Heidenstam figurerar i sex av dessa nio bilder. Porträttmålningen finns i original på Östergötlands länsmuseum, merparten av artikelns ateljéfotografier är hämtade från Per I. Gedins Heidenstambioografi, och en av illustrationerna har inkommit till *Commons* direkt från en arkivinstitution, ett i detta fall sepia-tonat porträttfoto.

De nio bilderna i artikeln är daterade, uppifrån och ner, enligt vad som framgår antingen i artikeln eller på *Commons*: 1931, cirka 1879, i början av 1900-talet, 1896, 1882, 1896, 1903 och i två fall 2006. Bilderna relaterar till ABM-sektorns samtliga tre grenar (arkiv, bibliotek och museer). Bildernas källhänvisningar på *Commons* berättar vilken arkivsamling, bok, eller museum bilden hämtats ifrån.

Wikipediaartikeln om Heidenstam uppvisar en i flera hänseenden rik variation: bilderna härstammar från olika perioder av Heidenstams liv, representerar olika medieformer och institutioner, förefaller inte anmärkningsvärt beskurna, och är dessutom omväxlande i färg, svartvitt och sepia. Två av de ursprungligt analoga bilderna är återgivna så att de direkt uppfattas som obeskurna.

Vad gäller bilderna på Heidenstam kan det således konstateras att *Wikipedia* uppvisar en betydligt större variation och spännvidd än vad som är fallet på *NE.se*, och som dessutom bättre överensstämmer med nutida forskningsläge.

### Fälldin i bild

Hur bildbruket ser ut i Heidenstamartiklarna kan till betydande del förklaras med att Heidenstam levte och verkade i en tämligen avlägsen tid. Hur ser det då ut med en mer sentida offentlig person, i detta fall en statsman, som ännu är i livet?

Bilden i *NE.se*:s Fälldinartikel är densamma som i ursprungliga *NE*. Bildtexten lyder: ”Thorbjörn Fälldin blev statsminister tre gånger. Här ses han 12 oktober 1979 som nybliven regeringschef för den andra trepartiregeringen, omgiven av sina koalitionsbröder Ola Ullsten (t.v.) och Gösta Bohman (t.h.).”<sup>40</sup> Som källa anges O. Lindeborg/Pressens



# Thorbjörn Fällidin

- LÄNG
- KORT
- ENKEL

**Fällidin, Thorbjörn**, född 24 april 1926, politiker (centerpartist), statsminister 1976–78 och 1979–82, lantbrukare. I samband med centerns framgångar under ATP-striden invaldes Fällidin i riksdagen, där han var ledamot 1958–64 och 1967–85. År 1969 blev han vald till sitt partis första vice ordförande och två år senare till ordförande efter Gunnar Hedlund. Då Centerpartiet vid denna tid var det största oppositionspartiet avslade Fällidin samtidigt rollen som oppositionsledare och strävade efter samarbete med Folkpartiet och Moderata samlingspartiet.

Inför valet 1976 var han den givne statsministerkandidaten, trots att såväl Folkpartiet som moderaterna hade en annan uppställning än Fällidin och centern då det gällde valets huvudfråga: kärnenergin. Valresultatet innebär att en borgerlig majoritetsregering kunde tillträda, men först sedan Fällidin, trots utfästelse om motsatsen, tvingats acceptera en laddning av reaktorn Barsebäck II. En djup strukturstress kom, tillsammans med den olösta kärnenergi frågan, att prägla regeringsarbetet. P.g.a. oenighet om bedömningen av kärnenergis säkerhetsproblem inlämnade Fällidin sin avskedsansökan redan efter två år som statsminister. Efter valet 1979, då beslut fanns om att hålla folkomröstning om kärnenergin, blev Fällidin statsminister i en ny trepartiregering. Denna upplöstes 1981 p.g.a. oenighet i skattefrågan. Fällidin bildade därefter sin tredje regering, nu en c-fp-koalition. Efter valet 1982 tvingades Fällidin återgå i opposition. Han ställde sig bakom en teknisk valsenverkan med Kd inför valet 1985, men tvingades ändå notera ytterligare ett valnedslag. I december samma år lämnade Fällidin både posten som partiförordande och som riksdagsledamot och återgick till sitt lantbruk. Han var dock ännu länge offentligt verksam, bl.a. som ordförande i Televerkets/Telia:s styrelse 1988–95.



Thorbjörn Fällidin blev statsminister tre gånger. Här ses han 11 oktober 1979 som nybliben regeringschef för den andra borgerligregeringen, omgiven av sina kabinmedlemmar Olof Eriksson (L.) och Gösta Bolander (F.).

Fällidins insats som politiker var omstridd så länge han var statsminister. Svårigheterna var avsevärda: dels hade han att leda regeringar i vilka det fanns betydande åsiktskillnader, dels skulle detta ske då Sverige genomgick sin djupaste lägekonjunktur sedan 1930-talet; därtill fanns det få möjligheter till samförstånd med socialdemokratin, som ännu inte accepterat rollen som oppositionsparti. I efterhand har Fällidin dock blivit välviljigt bedömd också av tidigare kritiker, inte minst för sin strävan att nå samförstånd inom det borgerliga blocket. Hans vilja att sätta sig in i alla viktiga frågor före beslut och hans personliga anspråklöshet har vunnit uppskattning i de flesta politiska läger.

av WASH ALBIN LARSSON

• [Visa hela artikeln](#)

Närta: 1998-08-19

THORBJÖRN FÄLLIDIN  
<http://www.ne.se/handlagg/arb/arb.se/lang/thorbjorn-fallidin>  
NATIONALENCEKLOPEDIEN, 2009-09-09

• [Exprens tillgänglighet](#)

## Innehåll

- [Fällidin, Thorbjörn](#) (Visa hela artikeln)
- [Svutidshistoria](#)
- [Litteraturavtvingning](#)

## Illustrationer



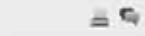
## File & animation



## Skribenter

- [Hans Albin Larsson](#)

## Tipsa och dela



## Relaterade artiklar

- [Hansson, Per Albin](#)
- [Staalff, Karl](#)
- [Reinshjöld, Fredrik](#)
- [Lenin, Vladimir](#)
- [Lindman, Arvid](#)
- [Branting, Hjalmar](#)
- [Carl XVI Gustaf](#)
- [Vänsterpartiet](#)

## Relaterade ämnen

- [Politiker](#)
- [Sverige: 1945-99](#)

## UR-program

Tillgängligt endast med UR via NE.



En bok, en författare : Fällidin



En bok, en författare : Henrik Berggren



En bok, en författare : Bergitta Almgren

## Reportage

- [En Victoria för Sverige](#)

Fällidin i NE.se (24/9 2013).



Bild. Därtill har *NE.se*-artikeln även tillfogats en filmsekvens med följande presentationstext: ”Thorbjörn Fälldin svarar, som nyutnämnd statsminister, på frågor om kärnkraften vid en presskonferens i riksdagen i oktober 1976.”<sup>41</sup> Som källa anges Sveriges Television Film och Videoförsäljningen.<sup>42</sup>

Med bildbruket i Fälldinartikeln har *NE.se* förmått vara både konsekvent gentemot det ursprungliga bokverket och tillämpat rörligt material som väl kompletterar det övriga innehållet. Både stillbilden och filmsekvensen visar Fälldin i hans aktiva yrkesroll, i två tämligen åtskilda sammanhang. Bilderna förefaller representativa: ett svartvitt pressfotografi från troligtvis någon av landets större dagstidningar och rörligt bildmaterial från den tidens enda inhemska tevebolag, från sammanhang intimt förknippade med Fälldins statsministerskap. Det finns ingen direkt synbar anledning att ifrågasätta den auktoritetskunskap som förmedlas i detta sammanhang.

På *Wikipedia* används ett fotografi som lagts in våren 2008. Bilden är hämtad från *Tidens kalender 1967* (utgiven 1966). Vid jämförelse med den tryckta boken är det tydligt att fotografiet i normalt visningsläge återges i betydligt större format än den tryckta förlagans cirka 18 × 22 millimeter. När boken i fråga utkom var han varken riksdagsman eller partiledare.<sup>43</sup> Ändå är det framförallt denna bild som ges av Fälldin i Wikipediaartikeln. Uppenbarligen har den upphovsrättsliga gränsdragningen vid den 1 januari 1969 förhindrat relevantare bilder. Det rimligaste hade annars varit att visa hur han såg ut som regeringschef, som han var 1976–1978 och 1979–1982, och i andra hand hur han såg ut under åren som partiledare 1971–1985.

2011 fick *Wikipedias* Fälldinartikel en andra illustration, längre ned på sidan, som visar en åldrad Fälldin jämte it- och regionministern Anna-Karin Hatt, sannolikt tagen i Fälldins privata bostad. Den som laddat upp bilden på *Commons*, användaren Globaljugglers, uppger sig vara it-politiskt sakkunnig på Näringsdepartementet.<sup>44</sup>

Wikipediaartikeln om Fälldin uppvisar alltså huvudsakligen en tekniskt lågkvalitativ bild utan närmare koppling till personens mest framträdande tid som offentlig person. Därtill används en bild på Fälldin där han är drygt 85 år gammal, efter att han dragit sig tillbaka till en pensionärstillvaro. Bilden på den åldrade Fälldin påminner på så vis

om *NE.se*-bilden av den åldrade Heidenstam. I *Wikipedias* fall ligger det närmast till hands att förklara det med upphovsrättsliga förhållanden, och i *NE.se:s* fall har det troligtvis att göra med den utveckling som inneburit att man reducerat antalet bildleverantörer. Den bildleverantör som använts är mer inriktad på modernare pressfotografier.

### Kunskapsförmedlande bilder

Vad kan vi då dra för slutsatser om kunskapsförmedlande bilder, mot bakgrund av de två exemplen ovan? Hur motsvarar uppslagsverkens bildbruk de kunskapsformer Kylhammar beskriver? Utifrån Kylhammars ovan anförda gruppering av kunskapskategorier, kan man föreställa sig en skala mellan ytterpolerna auktoritetskunskap och metakunskap, där innehållet på *NE.se* kontra *Wikipedia* kan tillskrivas ganska olikartade placeringar.

Wikipediaartiklarna ger förhållandevis goda möjligheter för läsaren att tillägna sig mer än bara auktoritetskunskap kring de historiska bilderna. Där finns i normalfallen uppgifter om vilka minnesinstitutioner/bokverk bilderna hämtats ifrån, vilket ger användaren möjlighet att bekanta sig med bildmaterialets kontext. *Wikipedia* har en sådan transparens att man kan följa hur bilderna infogats i artiklarna och ge sig in i metadiskussioner om det uppstått frågetecken kring materialet. Det hela bidrar till om inte ren metakunskap så åtminstone reflekterad kunskap. Fullt så transparent är det inte med *NE.se*-bilden på Heidenstam. Angivandet av Scanpix som källa räcker inte långt, inte ens om man går in på Scanpix offentliga bilddatabas, om man vill förstå vad bilden har att säga i en verklighet bortom auktoriteterna *NE.se* och Scanpix.

De redaktionella principerna bakom *NE.se* kräver praktiskt taget inga källhänvisningar utöver ett förtroendeingivande namn vid respektive artikel eller bild. För mottagaren är det svårt att bilda sig metakunskap. Användaren blir i praktiken hänvisad till att uppsöka äldre utgåvor, i en annan medieform, för att avgöra om beståndsdelarna tillkommit i dag eller för ett kvartssekel sedan. Mer tillfredsställande blir det när *NE.se* behandlar en senare tidsepok, åtminstone i fallet Fälldin. Rimligtvis har kommersiella bildarkiv blivit bättre med åren

på att tillvarata metadata. När det kommer till att illustrera företeelser efter den 1 januari 1969 kommer *Wikipedia* till korta av upphovsrättsliga skäl.

*NE.se* profilerar sig som förmedlare av ren auktoritetskunskap, medan *Wikipedia* till sin idé mer syftar till att kommunicera metakunskap. Båda kunskapsformerna fyller en samhällsviktig funktion, samtidigt som förmedlandet av metakunskap blivit allt viktigare för senare års medieanvändning. Det ligger en poäng i läsarens möjlighet att självständigt skärskåda bilders livsbetingelser snarare än matas med dem som vore de tidlöst givna. Om folk i gemen vänjer sig vid att läsa bilders metadata i större utsträckning vore det, i analogi med Kylhammars resonemang, en demokratisering av kunskap.

För att motverka faktoiderna förespråkar Kylhammar främst att seminarieformen som metod, där deltagarnas diskussioner kring metakunskaper är det intressantaste, borde tillämpas i större skala. Detta för att skapa feedback från det bättre till det sämre vetandet, och göra auktoritetskunskapsförmedlarna till metakunskapsbärare. Seminarieformen, som han beskriver det, skulle i bredare tillämpning och ordentlig finansiering ha potential att påverka kunskapsförmedling i vårt samhälle på ett tämligen genomgripande plan. Den andra åtgärden Kylhammar föreslår för att motverka faktoider är en sammanhållen publiceringsform för de faktoider som utkristalliseras i seminarierna. Han skriver att vi alla borde hjälpas åt för att ge ut en sådan bokserie.<sup>45</sup> Denna ”omvända Nationalencyklopedi”, skriver Kylhammar, skulle få lov att sammanfatta inte vårt bästa utan vårt sämsta vetande.<sup>46</sup>

Frågan är om inte *Wikipedia* har potential att ganska väl motsvara båda dessa funktioner: seminariet och ett samlingsverk mot faktoider. *Wikipedia* är, hur man än ser på det, en slags omvänd *Nationalencyklopedi*. Här finns plats för var och en som önskar driva seriös diskussion om grunderna för dagens etablerade sanningar, och plats för de som önskar redovisa alternativa verklighetsbeskrivningar, exempelvis fotografier, så länge de har något av värde att tillföra, även om de är av tekniskt bristfällig kvalitet. Diskussionerna arkiveras för eftervärlden, och kan emellanåt kretsa kring rena faktoider.

Hur väl de digitala uppslagsverken än uppfyller önskemålen om morgondagens seminarier handlar det inte om att konkurrera ut den

oskattbart värdefulla auktoritetskunskapen. Den behövs – ibland av upphovsrättsliga skäl. Vi behöver historiska bilder, men även meta-informationen för att bättre skärskåda förment tidlösa värderingar.

### Noter

1. Kapitlet är en bearbetning av min kandidatuppsats i mediehistoria, Lunds universitet 2012.
2. Jan Falk, ”Han hoppas få ett öre per sedel”, *Dagens Nyheter* 28/5 2012; ”Bilder det pratas om”, *Proffsfoto* 18/10 2012.
3. Per Jonas Nordell, *Rätten till det visuella*, Stockholm 1997, s. 99, 102, 111; Per Anders Thunqvist, ... *mer än tusen ord. 50 års bildhantering i Sverige*, Hägersten 2000, s. 154.
4. Lisa Rogert, ”Dyrt för Riksbanken bryta mot upphovsrätt”, *Dagens Nyheter* 23/7 2012.
5. ”Beslutsunderlag Upphovsrättsliga frågor i den nya sedelserien”, Sveriges riksbank 25/3 2013, dnr 2012-543-ADM, s. 3.
6. Martin Kylhammar, *Den tidlöse modernisten. En essäbok*, Stockholm 2004, s. 198.
7. Lena Johannesson, *Mörkrum & transparens. Studier i europeisk bildkultur och i bildens historiska evidens*, Stockholm 2001, s. 239.
8. Sven Hirn, ”Stillbilden publikt exponerad. Ett finländskt perspektiv”, i *Icke skriftliga källor*, Anders Brändström & Sune Åkerman (red.), Umeå 1991, s. 43–62. Citerat efter Johannesson 2001, s. 239.
9. Jämför Johannesson 2001, s. 242.
10. Martin Kylhammar, *Pojken på vinden. Filosofiska essäer*, Stockholm 2010, s. 167–170; Per I. Gedin, *Verner von Heidenstam. Ett liv*, Stockholm 2006, kap. 16 och 17; och Andreas Nyblom, ”Kampen om eftermälet. Stiftelsen Övralid och Heidenstams sista vilja”, *Sammlaren* 2005, s. 152–154.
11. Nordell 1997, s. 105–108; ”Lag (1960:729) om upphovsrätt till litterära och konstnärliga verk”, SFS 1960:729, 43 och 44 §§ samt övergångsbestämmelse 1994:190, hämtat från [www.riksdagen.se/sv/Dokument-Lagar/Lagar/Svenskforfattningssamling/Lag-1960729-om-upphovsratt-\\_sfs-1960-729/](http://www.riksdagen.se/sv/Dokument-Lagar/Lagar/Svenskforfattningssamling/Lag-1960729-om-upphovsratt-_sfs-1960-729/) (22/9 2013).
12. Kylhammar 2004, s. 263–367.
13. Kylhammar 2004, s. 263.
14. Kylhammar 2004, s. 266.
15. Kylhammar 2004, s. 270–273.
16. Kari Marklund & Arne Ekman, ”Nationalencyklopedin”, *NE.se*, odaterat, hämtat från [www.ne.se/lang/nationalencyklopedin](http://www.ne.se/lang/nationalencyklopedin) (29/3 2012).

17. Kari Marklund & Arne Ekman, "Nationalencyklopedin", *NE.se*, odaterat, hämtat från [www.ne.se/lang/nationalencyklopedin](http://www.ne.se/lang/nationalencyklopedin) (29/3 2012).
18. "Historia. Om NE-projektet", *NE.se*, odaterat, hämtat från [www.ne.se/static/about/history.jsp](http://www.ne.se/static/about/history.jsp) (30/3 2012).
19. "Historia. Om NE-projektet", *NE.se*, odaterat, hämtat från [www.ne.se/static/about/history.jsp](http://www.ne.se/static/about/history.jsp) (30/3 2012).
20. Per Söderberg, intervju med författaren, Malmö 10/1 2012.
21. Jutta Haider & Olof Sundin, "Wikipedia, heterotopi och versioner av kulturella minnen", *Human IT* 2011:3, s. 10.
22. Haider & Sundin 2011, s. 12.
23. Haider & Sundin 2011, s. 13.
24. Staffan Björck, "Verner von Heidenstam", *NE.se* odaterat, hämtat från [www.ne.se/lang/verner-von-heidenstam](http://www.ne.se/lang/verner-von-heidenstam) (5/12 2011).
25. *Nationalencyklopedin*, VIII, Höganäs 1992, s. 489.
26. Per Söderberg, intervju med författaren 10/1 2012.
27. Per Söderberg, intervju med författaren 10/1 2012.
28. *Nationalencyklopedin*, VIII, Höganäs 1992, s. 490.
29. Jämför Andreas Nyblom, "Författarens ansikte. Ett bidrag till litteraturens mediehistoria", i *Mediernas kulturhistoria*, Solveig Jülich, Patrik Lundell & Pelle Snickars (red.), Stockholm 2008, s. 134–139.
30. Gedin 2006, s. 521.
31. Staffan Björck, "von Heidenstam, Carl Gustaf Verner", i *Svenskt biografiskt lexikon*, XVIII, Erik Grill (red.), Stockholm 1969–1971, s. 531.
32. Kylhammar 2010, s. 165.
33. Gedin 2006, s. 514.
34. Kylhammar 2010, s. 166. Om konkurrensen om nobelpriset, se Gedin 2006, s. 515.
35. Nyblom 2005, s. 153–154.
36. Nyblom 2005, s. 154.
37. Exempelvis Gedin 2006, s. 647 not 50; Kylhammar 2010, s. 222.
38. Gedin 2006, s. 563, 577.
39. Se exempelvis Nyblom 2005, s. 189–195 och Nyblom, *Ryktbarhetens ansikte. Verner von Heidenstam, medierna och personkulten i sekelskiftets Sverige*, Stockholm 2008, s. 264–271.
40. *Nationalencyklopedin*, VII, Höganäs 1992, s. 150; Hans Albin Larsson, "Thorbjörn Fälldin", *NE.se* odaterat, hämtat från [www.ne.se/lang/thorbjorn-falldin](http://www.ne.se/lang/thorbjorn-falldin) (8/5 2012).
41. Videomaterial i ämnet "Thorbjörn Fälldin", *NE.se* odaterat, hämtat från [www.ne.se/lang/thorbjorn-falldin#http%3A//www.ne.se/modals/view\\_film.jsp%3FmediaId%3D1118||facebox](http://www.ne.se/lang/thorbjorn-falldin#http%3A//www.ne.se/modals/view_film.jsp%3FmediaId%3D1118||facebox) (8/5 2012).
42. "Thorbjörn Fälldin", *NE.se* odaterat, hämtat från [www.ne.se/lang/thor](http://www.ne.se/lang/thor)

- björn-fälldin#http%3A//www.ne.se/modals/view\_film.jsp%3FmediaId%3D1118||facebook (8/5 2012).
43. Hans Albin Larsson, ”Thorbjörn Fälldin”, *NE.se* odaterat, hämtat från [www.ne.se/lang/thorbjörn-fälldin](http://www.ne.se/lang/thorbjörn-fälldin) (8/5 2012).
  44. Globaljuggler, ”User:Globaljuggler”, *Commons* 13/1 2009, hämtat från [commons.wikimedia.org/w/index.php?title=User:Globaljuggler&oldid=17629037](https://commons.wikimedia.org/w/index.php?title=User:Globaljuggler&oldid=17629037) (4/5 2012).
  45. Kylhammar 2004, s. 273.
  46. Kylhammar 2004, s. 274.





# Historiska vägar i offentlighetsteorin

PATRIK LUNDELL

Har vi alla plötsligt blivit medieproducenter?<sup>1</sup> Varför litar vi på morgontidningarna, om vi nu gör det? Blir medierna ständigt fler, och hur hänger de egentligen ihop? Genomsyrar medierna på något avgörande nytt sätt våra liv? Ska vi få någon djupare förståelse av samtida fenomen som mediedeltagande och medieinstitutioners makt och av föreställningar kring ett ständigt ökande medieutbud och en accelererande medialisering, är ett historiskt perspektiv helt avgörande. Till den änden argumentar det här kapitlet för fortsatta historiska undersökningar av några aspekter av Habermas idé om den borgerliga offentligheten.

Termen borgerlig offentlighet har använts i alla möjliga sammanhang, och med alla möjliga syften. Det har varit desto lättare eftersom urtexten är notoriskt glidande mellan att vara en beskrivning av ett faktiskt historiskt skeende, en explorativ begreppsanalys och ett politiskt-normativt debattinlägg. Jürgen Habermas inflytelserika idéer om den borgerliga offentligheten presenterades i boken *Strukturwandel der Öffentlichkeit*, som kom ut 1962 och översattes till svenska 1984 (*Borgerlig offentlighet*) och till engelska 1989 (*The structural transformation of the public sphere*).<sup>2</sup> Ser man boken som en historisk beskrivning rör det sig i grunden om en uppgång-och-fall-historia: en ny typ av offentlighet med en progressiv potential etablerades i Europa under 1700- och 1800-talen. Där och då skapades en för i princip alla tillgänglig offentlighet i vilken den allmänna opinionen utmejslades, och denna opinion var av en sådan art att statsmakten var tvungen att lyssna på den. I sin egen samtid däremot såg Habermas inte längre några spår av denna. Den

hade i stället ersatts av en genomkommersialiserad och manipulativ offentlighet, och han beskrev också vägen till detta förfall.

Habermas idéer har också fått mycket kritik. Tre av problemen med offentlighetsteorin kan kort nämnas. För det första, genom att fokusera på den (manliga) borgerliga offentligheten underskattade den andra former av publika aktiviteter och framställde offentligheten som ett alltför homogent objekt. För det andra, genom att begränsa sig till ett fåtal högkulturella tidskrifter försummade Habermas andra former av tryckt material och beskrev därför det offentliga livet på ett idealiserat sätt, fritt från sådant som kommersiella intressen och sensationsmakeri. Och, för det tredje, teorins beskrivning av den borgerliga offentlighetens förfall är helt enkelt grovt förenklat eftersom mediebrukare aldrig har varit de passiva och lättmanipulerade konsumenter som Habermas, uppenbarligen påverkad av Horkheimer och Adorno, föreställde sig.<sup>3</sup>

Alla dessa invändningar är rimliga. Habermas offentlighetsteori har inte desto mindre varit fortsatt central, och det här kapitlet föreslår tre empiriska vägar i denna teori som är värda att beträda för att fördjupa vår förståelse av det förflutna och därigenom av vår egen tid. Den första gäller deltagande element i äldre medieformer, den andra handlar om medieinstitutioners representativa verksamheter, och den tredje rör mediasystem. De exempel jag kommer att använda är framför allt hämtade från svenskt 1700- och 1800-tal och rör huvudsakligen tidningspressen. Vägarna i sig kan dock prövas såväl utanför Sverige som i andra tider och för andra medieformer.

### **Deltagande medieformer**

Enligt Habermas konstituerades den borgerliga offentligheten av privatpersoner som kom samman och diskuterade hur samhället och staten bäst skulle ordnas. Tidningspressen utgjorde alltså inte den borgerliga offentligheten. Den bestod i stället av individer. Offentligheten var varken ett medium eller en arena, den var varken tidningar och tidskrifter eller salonger och kaffehus. Kommunicerande människor utgjorde den borgerliga offentligheten.

Denna grundläggande tanke har mer eller mindre fallit bort i mycken historisk forskning, och det har i stället varit vanligt att mer eller mindre

likställa den borgerliga offentligheten med tidningspressen. I svensk historieskrivning har så vissa aktörer (som inflytelserika liberala publicister under förra halvan av 1800-talet) beskrivits som uttolkare av den borgerliga offentligheten och deras tidningar som speglar eller megafooner för den allmänna opinionen.<sup>4</sup> Men hur dessa redaktörer egentligen lyckades snappa upp den allmänna opinionen, och var, mer precist, den skapades är frågor som lämnats obesvarade. Eftersom en helt central poäng i Habermas teori är att den allmänna opinionen utkristalliseras inom en kritisk diskussion individer emellan är detta tämligen otillfredsställande. Det vill säga: om dessa redaktörer verkligen lyckades registrera någon dominerande opinion (genom att öppna fönstret, genom att tjuvlyssna på kaféer och utskänkningsställen eller på något annat sätt), hur vet vi då att dessa opinioner hade formerats i en kritisk diskussion, i princip öppen och tillgänglig för vem som helst? Eller annorlunda uttryckt: vilken är egentligen relationen mellan texterna i dessa tidningar och de individer som menas ha konstituerat den borgerliga offentligheten? Så länge den frågan förblir obesvarad kan visserligen mycket intressant sägas (och mycket intressant har förstås sagts) om dessa tidningar och deras redaktörer. Men vi bör vara försiktiga med påståenden kring deras relation till en rationell och kritisk borgerlig offentlighet.

Den periodiska pressen var visserligen, som Habermas understryker, betydelsefull för den borgerliga offentligheten, inledningsvis som en viktig källa till information på vilka argument och kritik baserades, senare som ett medium genom vilket individer kunde uttrycka sina ställningstaganden och åsikter. Men bred empirisk förankring är inte styrkan med boken *Borgerlig offentlighet*. Habermas är inte speciellt generös vad gäller hur och under vilka villkor individer faktiskt uttryckte sig genom dessa periodiska skrifter.

Här kommer jag bara att vara aningen mer generös och endast peka på några anmärkningsvärda drag i svensk presshistoria.<sup>5</sup> Under andra halvan av 1700-talet etablerades ett deltagande, eller med en anglicism: ett participatoriskt tidningsideal. Utgivare av tidningar började uppfatta det som sin plikt att trycka insänt material, och läsare började identifiera en motsvarande rättighet. Det fanns till och med de som trodde att detta var en lagstadgad rätt. Så var aldrig fallet men det

antyder ändå något om föreställningarnas förankring.<sup>6</sup> Att tidningar, för att befordra det allmänna bästa, skulle innehålla och inte bara återspegla eller summera en offentlig diskussion, var en mycket utbredd föreställning.

Tre korta exempel kan ges. På 1760-talet, när en tidning började visa tecken på att försämrats, riktade en prenumerant följande uppmaning till sina medprenumeranter och medläsare: ”Hwem skal jag därför skylle? Icke Boktryckaren ty hans sak är at trycka, men icke at skrifwa. Det ankommer således på de lärde och witra bland dess [stadens] medborgare.”<sup>7</sup> I en anmälan för en annan tidning år 1793 uttrycktes detta deltagande ideal så här: ”Man skulle få se et dylikt Dag eller Weckoblad öppna likasom en ständig conversation emellan Ortens inbyggare, där alla äga tillfälle, at uplysa, gagna och förnöja hwarandra, samt den Förmämsta med den ringaste, njuta lika Rätt at höja sin Röst, till både Allmänt och Enskilt bästa.”<sup>8</sup> Och i första numret av en tredje tidning, startad 1795, tilltalade tidningens redaktör sina läsare så här: ”Anledning, blott anledning, til en emot Stadens och Ortens wärde någorlunda swarande Tidning är gifwen: det må bero af Wettenskapernes, Witterhetens och de wackra Konsternes Idkare at befordra mitt ändamål!”<sup>9</sup>

Detta ideal formades givetvis av en rad faktorer – kulturella, ekonomiska och sociala – men här är inte platsen att utveckla detta. Poängen är i stället att understryka att den här typen av utsagor är mycket lättfunna. Det är vidare enkelt att visa att idealet också omsattes i praktik; insänt material utgör en försvarlig del av tidningarnas innehåll vid den här tiden och rymmer allt från hårda data kring resande och handel till dikter och polemik. Och det är till och med möjligt att få en ganska hygglig uppfattning om vilka bidragslämnarna var i fråga om deras sociala ställning.

Dessa tidningar var uttryckligen i princip öppna för vemsomhelst. I praktiken fanns emellertid höga kulturella och sociala barriärer, inklusive könsmässiga. Den periodiska pressen av detta medborgerliga och deltagande snitt bars framför allt upp av prästerskapet och adeln, det vill säga av den traditionella eliten, vilken i upplysningens namn och förebådande (och senare med stöd i) Immanuel Kants berömda appell, krävde att varje sann medborgare skulle göra offentligt bruk av sitt

förnuft.<sup>10</sup> Detta förhållande ska ses i ljuset av den numera tämligen etablerade uppfattningen om upplysningen som ett inte särskilt radikalt utan politiskt moderat elitfenomen.<sup>11</sup> En annan viktig aspekt är räckvidden för själva medieformen, styrd av historiskt specifika produktions- och distributionsförhållanden. Så få som tre eller fyra hundra exemplar kunde betraktas som en framgångsrik upplaga; detta i städer med oftast mindre än tio tusen invånare. Tidningarna saknade därtill som regel lokal konkurrens. Och även om tidningsmediet funnits i hundratalet år, betraktades de tidningar det här handlar om inte sällan som ett nytt sätt att kommunicera, som nya medier. Deras relativt konservativa innehåll och deras socialt sett begränsade räckvidd gör emellertid inte de deltagande dragen som sådana mindre uppenbara, vare sig som ideal eller praktik.

Var då detta den borgerliga offentligheten? För svensk del kan det konstateras att den sociala tillhörigheten hos den publik som faktiskt bar upp denna press hade mycket litet att göra med en framstormande bourgeoisie så som Habermas föreställde sig saken; denna tidningsforms "förfall" under 1800-talet kan tvärtom kopplas till en framväxande medelklass. Och alldeles oavsett, en analys som begränsar sig till tidningar är inte tillräcklig för kategoriska utsagor om en enda sammanhängande offentlighet. Likafullt, Habermas idéer fungerar väl som ett redskap att ställa frågor med, och denna typ av tidningspress motsvarar så väl som något annat vad jag menar är det mest centrala i hans teori, nämligen den deltagande aspekten. På sätt och vis förefaller den rent av vara mer habermask än någonting i *Borgerlig offentlighet*.

För Storbritanniens del, för att anföra en av få internationella motsvarigheter jag lyckats identifiera, har den "ödmjuka" (*humble*) 1700-talsredaktören jämförts med det "auktoritära offentliga orakel" (*authoritative public oracle*) som framträdde under 1800-talet; detta utifrån till exempel det allra första numret av *London Daily Register* (som snart döptes om till *Times*) från 1785 vari man kunde läsa att en tidning "borde likna ett värdshus, där värden är skyldig att ge alla resenärer som är beredda att betala för sig tillgång till huset".<sup>12</sup> Eller med andra ord: denna typ av mediedeltagande kunde ses i London såväl som i svenska provinsstäder. Även om detta alltså studerats i liten utsträckning, kan det förmodas att fenomenet kan iakttas även på andra håll.

Och dessa iakttagelser är i sig inte nya, åtminstone inte vad svenska förhållanden beträffar. De deltagande dragen i den upplysningstida pressen har emellertid tidigare förståtts i helt andra termer. Alla medger förstås att tidningspressens historia är betydligt längre men föreställningen, mer eller mindre explicit uttryckt, att riktiga tidningar uppstår först med 1800-talet är vanlig. Den föregående tiden ses då som en förhistoria och karaktäriseras nog så anakronistiskt i termer av avsaknad av drag i senare tiders press. Runt sekelskiftet 1900 kunde man fnysa åt 1700-talstidningarnas amatörmässighet och dåliga kvalitet. *Illustrerad svensk litteraturhistoria* från 1927 meddelar att *Dagligt Allehanda* från starten 1769 och under följande framgångrika år ”redigerades [...] av allmänheten”. Den var därför, sammanfattar författarna, ”en mycket dålig tidning”.<sup>13</sup> *Den svenska pressens historia*, från nästa sekelskifte, omtalar de fenomen jag beskrivit här ovan som redaktionella ”knep” för att få billig spaltfyllnad.<sup>14</sup>

I stället för att bländas av ett slags nyhetens retorik, borde förändringar i vårt samtida medielandskap – bloggar, poddsändningar, videodelningssajter, kommentarsfält – göra oss förmögna att se också något helt annat än amatörmässighet också i det förflutna. Vi måste bara börja leta. I stället för vaga och illa underbyggda utsagor om en borgerlig offentlighet som inbegriper öppenhet, dialog och medborgerligt engagemang, borde vi försöka studera faktiskt medialt deltagande.<sup>15</sup> Och vem vet var det kan hittas – i vilka tider och på vilka platser, i vilka medieformer? Detta skulle verkligen fördjupa vår förståelse för förflutenhetens mediebruk och medieumgänge, och det skulle utmana och nyansera en del förgivettaganden om vår egen omvälvande tid.<sup>16</sup>

### **Medieinstitutioners representativa verksamheter**

Ett svar på frågan om varför vi varit så blinda och hur vi lyckats glömma deltagande medieformer i historien, är att de moderna medieinstitutionerna inte har något intresse av att låta oss se eller komma ihåg. Historien om tidningspressen och dess publik konstruerades i stor utsträckning som en del i en framväxande branschs strävanden efter professionell legitimitet under 1800- och 1900-talen. Detta resulterade i en berättelse som bortser från de deltagande föregångarna och som i

stället understryker de icke-deltagande och professionella dragen i det egna projektet.<sup>17</sup>

Under förra halvan av 1800-talet började en ny typ av redaktörer att argumentera för en både representativ och ledande roll visavi publiken eller allmänheten. Detta motiverades utifrån det faktum – som det uttrycktes i den mycket inflytelserika *Argus* 1825 – att alla människor, inklusive de som skrev insändare till tidningarna, styrdes av egenintresset, även om denna oavvisliga sanning rent av var ”dold äfwen för sjelfwa Författarne till dessa insända artiklar”. Man yrkade därför på avskaffandet av ”det *widsträckta* och *okontrollerade* bruket att införa insända artiklar”.<sup>18</sup> Den ende som verkligen var kapabel att höja sig över egenintresset var den oberoende publicisten. Inte för att denne som privatperson var annorlunda utan för att det ingick i professionaliteten. Publicisten, och ingen annan, skulle leda och upplysa det allmänna tänkesättet och ge röst åt samma allmänhet. Det som alltså inträffade var att en faktiskt deltagande publik degraderades till en passiv läsekrets som skulle motta den professionelle publicistens läror.<sup>19</sup> I hög grad rör det sig om samma publik som omtalats ovan, i den meningen att det skulle dröja något halvsekel till innan tidningsläsningen började nå bredare sociala skikt. Och vid det laget var dessa nya ideal tämligen etablerade som norm.

När det började stå klart att denna nya redaktörstyp, publicisten, skulle avgå med segern, började konservativa företrädare för de gamla deltagande upplysningsidealerna att kräva en lagstiftning som garanterade rätten att få publicera genmälen. År 1849 föreslog justitieombudsmannen en sådan lag med motiveringen att den skulle hämma smädandet och personangreppen men också komma till rätta med grundproblemet, nämligen bristen i den offentliga debatten på opartiskhet. Liberaler medgav emellanåt att dessa idéer var anständiga och rättvisa, men avfärdade dem samtidigt som praktiskt orealiserbara. Den moderna kommunikationen var allt för komplex.<sup>20</sup>

Genom olika diskursiva sätt, från tystnad till överdrifter, etablerade den nya typen av redaktörer sina ideal och praktiker i det allmänna medvetandet. Exempelvis laddades ordet korrespondent om. Det hade tidigare i de här sammanhangen framför allt syftat på en insändarskribent och var inte en speciellt vanlig glosa, men förändrades under



1830-talet snabbt mot att i första hand betyda någon anlitad av tidningen, det vill säga en professionell skribent, och snart nog skulle varje redaktör som ville hänga med i tiden ha en eller några sådana anlidade korrespondenter. Många nya tidningar gjorde bruk av ordet också i sina namn, som den fortfarande utkommande *Östgötha Correspondenten* startad 1838. Professionella korrespondenter existerade visserligen. Ofta handlade det emellertid om att ett etablerat bruk gavs ett annat och fräschare namn. Alldeles oavsett – om det verkligen rörde sig om en anlitad skribent eller sattes som etikett på vissa insändare – underströk det skillnaden mellan professionell och lekman och stärkte det tidningens professionella framtoning. Vad sedan gäller de deltagande dragen i sig råder det ingen tvekan kring att en substantiell del av tidningarnas innehåll långt fram på 1800-talet, och senare, härrörde från läsarna.<sup>21</sup>

Man kan på ett övergripande plan tala om en retorisk överdrift av det professionella. I till exempel de ganska vanliga interiörerna från tidningarnas redaktioner under andra halvan av 1800-talet pulserar de imponerande tidningshusen (de så kallade tidningspalatsen) av liv. Tempot är hektiskt, och rotationspressens dunkande skänker alltihop en närmast industriell atmosfär. Men de flesta av dessa tidningar hade endast en handfull anställda, de trånga byråerna var inredda med en eller ett par skrivbord, och de kanske viktigaste verktygen var flaskan med lim och saxen.<sup>22</sup>

Det är däremot inte möjligt att dra en skarp linje mellan medvetna strategier och ett slags inneboende logik i en professionalisering som börjat få rörelseenergi. Men runt 1900 – då den svenska pressen kan börja beskrivas som en institution och en industri, vars makt och inflytande ingen på allvar kunde förneka – togs organiserade och mycket medvetna steg i akt och mening att iscensätta den egna självbilden. Denna självbild var bilden av en professionell institution, inte av en lekmannaverksamhet, och den iscensattes nu inte endast genom det egna mediet: allt från knappålmärken till statyer, från frimärken till film, från affischer till påkostade böcker togs i bruk. Och det finns ingen anledning att betrakta den här typen av mediala uttryck som undantag eller fenomen utanför någon egentlig presspraktik. De bör i stället ses som självklara inslag i utövandet av professionen, i erövrandet och upp-

rätthållandet av institutionens status och legitimitet. Jämte sådana här utåtriktade, självbegränsande aktiviteter, utvecklades också mer interna strategier, exempelvis de narrativa tekniker Gaye Tuchman identifierat som syftar till att skapa intrycket av objektivitet, det vill säga intrycket av professionalitet.<sup>23</sup>

Ett mediums framgång är, enligt Lisa Gitelman, alltid avhängigt en blindhet eller ouppmärksamhet på dess "supporting protocols", varmed hon avser de sociala och kulturella normer och praktiker som associeras med den specifika medieteknologin.<sup>24</sup> Under 1900-talet blev berättelsen om den professionella pressen en del av en bekräftande tradition, "uppfunnen" under 1800-talet. Och denna berättelse understöddes också utanför själva institutionen. Politiker, romanförfattare, konstnärer, akademiker och andra intellektuella anslöt sig ofta, av olika ekonomiska, ideologiska och sociala skäl, till kören. Samtidigt kan den massmediekritiska, eller generellt masskulturkritiska, tradition som utvecklades under 1900-talet – från sådana som Karl Bücher och Walter Lippmann och framåt – på ett generellt plan sägas ha varit högst förenlig med och rent av understött de interna berättelserna om den professionella medieinstitutionen. Bücher beskrev hur pressen utvecklades från nyhetsbaserad över opinionsbaserad till annonsbaserad (vilket alltså är det schema Habermas sedan ansluter till).<sup>25</sup> I sin egen samtid runt sekelskiftet 1900 uppfattade Bücher tidningarna som en industri som producerade annonsplats, en produkt som krävde åtminstone något redaktionellt material för att attrahera köpare.<sup>26</sup> För Lippmann var tidningspressen en kanal för distribution av information från de professionella till masspubliken, och hans bekymmer i *Public opinion* från 1922 gällde den bristande standarden och skickligheten hos dessa professionella, varför han argumenterade för vikten av akademiskt eller vetenskapligt inflytande över journalistkåren.<sup>27</sup> Dessa två berättelser – den interna journalistiska och den externa (ibland) kritiska – var så dominerande under 1900-talet att de professionella och i grunden icke-deltagande dragen i tidningspressen kom att uppfattas som mediespecifika, det vill säga skapade en blindhet för de deltagande element som alltid funnits där.

Enligt Habermas "refeodaliseras" så småningom den borgerliga offentligheten. Kritisk debatt gav vika för teatrala praktiker. Kritiker

har emellertid hävdad att direkta jämförelser mellan den publika representativitet (den "representativa offentligheten" är Habermas etikett för det som föregick den borgerliga), som var typisk under medeltiden, och senare tiders medialiserade politik riskerar att bli allt för ytliga och intetsägande.<sup>28</sup> Å andra sidan ändrar inte detta det faktum att det verkligen finns representativa element även i moderna medieinstitutioner. Varje institution, varje makt, är angelägen om hur den uppfattas. Detta är sant vad gäller SVT och *Dagens Nyheter* liksom för Bonniers och Google. Man kan rent av hävda att all maktutövning kräver och innefattar en meningsproduktion som bekräftar och befordrar dess legitimitet.<sup>29</sup> Detta går att överföra även på individnivå. Vi måste alla framställa oss själva, inte minst i fråga om vår professionella identitet.<sup>30</sup> Om man så är småstadsjournalist, berömd romanförfattare, lovande poet, framgångsrik förläggare, ung bloggare eller karriärplanerande akademiker måste man producera mening i relation till ens publika funktion. Kring detta behöver vi inte moralisera. Men det gör inte identifieringen av självbilder som just självbilder mindre angelägen, eller behovet av att beskriva deras kritiska korrektiv mindre.

### Mediesystem

Habermas *Borgerlig offentlighet* kan beskrivas som ett försök att kronologisk identifiera olika slags mediesystem: det representativa, det borgerliga och det refeodaliserade.<sup>31</sup> I Habermas berättelse dominerades den borgerliga fasen av ett specifikt medium, nämligen den periodiska pressen. Den föregående representativa perioden karaktäriserades av ceremoniella praktiker, och det efterföljande refeodaliserade mediesystemet upplevde ett vitt spektrum av nya manipulativa medieteknologier. I viktiga avseenden överensstämmer detta med senare forskning kring mediesystem. Denna forskning har ofta varit upptagen av att just periodisera utifrån storskaliga kronologier, och den har beskrivit den historiska utvecklingen som inte minst medialt allt mer komplex och diversifierad. Liksom Habermas schema är den här typen av forskning inte sällan normativ och utnämner gärna vilket mediesystem som är "bäst", och som regel är den också intresserad av ett ganska snävt spektrum av medier, det vill säga arbetar med ett snävt mediebegrepp.<sup>32</sup>

I detta schema passar även den litteratur som beskriver vår egen tid som en övergångsperiod till en ny ”tidsålder”, om så präglad främst av digitaliseringen eller medialiseringen.<sup>33</sup>

Habermas teori och hans beskrivning av historien om den borgerliga offentligheten kunde berikas med andra, historiskt sensiblare perspektiv från senare tiders kulturhistoriska medieforskning. Och återigen kan förändringar i vår egen tid öppna blicken för försummade aspekter av det förflutna. Till att börja med har under de senaste decennierna själva mediebegreppet utmanats på ett nytt sätt vilket klargjort behovet av en betydligt öppnare definition än en som i stort sett bara inkluderar de massmedier som dominerade under 1900-talet (vilken varit förhärskande om inte i teorikonstruktioner så väl i fråga om vad man faktiskt forskat empiriskt kring). Om ett medium definieras som en teknologi för produktion och spridning av budskap, som till exempel Ulf Hannerz gjorde 1990, finns det ingen anledning att utesluta en rad historiska artefakter, apparater och aktiviteter, från mekaniska automater och zograskop till utställningar, museer och publika fester.<sup>34</sup>

I linje med Raymond Williams kan det vidare hävdas att varje historisk tid rymmer kvardröjande, dominanta och frambrutande medier.<sup>35</sup> Relationen mellan nuet och det förflutna är alltid dynamisk, och relationen mellan olika medieformer, också i det förflutna, kan analyseras i termer av konvergens, intermedialitet och remediering.<sup>36</sup> Alla dessa relationer kan sägas konstituera mediasystemet vid en given tid och plats. Den hitintills dominerande formen av mediehistorieskrivning, som fokuserar på ett medium åt gången – bokhistoria, presshistoria, filmhistoria – börjar bli obsolet. Och återigen, historieskrivningen är delvis ett resultat av att medieinstitutionerna själva skrivit sin historia. Beroendet av eller samspelet med andra medieformer och -institutioner har då naturligen inte stått i fokus. Ett mått på framgången för denna interna historieskrivning är institutionaliseringen av några akademiska discipliner, till exempel medievetenskapen (fokuserad på press, radio och teve – ett i taget dock), filmvetenskapen, litteraturvetenskapen och pressvetenskapen.

I *A social history of the media* understryker författarna Asa Briggs och Peter Burke nödvändigheten av att ta i beräkning ”medierna som en helhet, att betrakta alla medier som ömsesidigt beroende, behandla

dem som ett paket, en repertoar, ett system, eller vad fransmännen kallar en 'regime', om så en auktoritär, demokratisk, byråkratisk eller kapitalistisk". Och de fortsätter:

Att tänka i termer av ett mediasystem betyder att understryka arbetsfördelningen mellan olika kommunikationssätt som finns tillgängliga på en viss plats vid en viss tidpunkt, utan att glömma att gamla och nya medier kan samexistera och verkligen gör det och att olika medier kan konkurrera med eller återge likaväl som komplettera varandra.<sup>37</sup>

Det är självklart att även i det förflutna överfördes innehåll från ett medium till ett annat, att förändringar i form inom ett medium kunde ha återverkningar på innehållet i ett annat, att nya medier förändrade förutsättningarna för gamla, att en ekonomi baserad inom en sektor av ett mediasystem påverkade produktionen inom en annan, att distributionsvillkoren för ett medium inverkade på konsumtionen av ett annat.

Det här perspektivet kan få illustreras med ett par studier kring representationsreformen 1865 av Jonas Harvard respektive Madeleine Hurd.<sup>38</sup> Harvard visar hur en grupp av inflytelserika individer noggrant iscensatte en mediekampanj för att skapa föreställningen om en positiv opinion för en reform. Genom att engagera redaktörer och andra inflytelserika medborgare på fler än hundra orter i landet, och genom att förmå dessa att organisera så kallade reformmöten, växte det fram en gräsrotsrörelse. Genom en hel kedja av medier – från instruktionsbrev, lokala möten och petitioner till delegationer som uppvaktade kungen, pamfletter, riksdagsprotokoll och telegram om dessa initiativ, vilka också trycktes i tidningarna – skapades föreställningen om en sammanhållen landsomfattande opinion. I Hurds artikel står i stället tidningens själva organiseringsfunktion i fokus. Relationen mellan olika mediala uttryck utanför pressen – som politiska möten – och deras motsvarande genrer i tidningen analyseras. Det fanns en fast etablerad rituell struktur för hur ett typiskt framgångsrikt politiskt möte skulle genomföras. De motsvarande rapporterna om mötet i tidningen inkorporerade dessa ritualiserade aktiviteter i en lämplig textform, vilken samtidigt arrangerade aktiviteterna i en gemensam berättelse om mötet i fråga. Genom denna uniformitet blev det enskilda mötet bara en liten del i en större berättelse, i vilken pressen – genom att hänvisa till alla dessa aktiviteter

utanför tidningsspalterna – kunde hävda att den talade för nationen och dess folk.

Genom att fokusera på några få högkulturella tidskrifter försummade Habermas förvisso andra former av tryckt material, men han inkluderade verkligen – och detta, menar jag, är ett annat viktigt resultat av hans studie – kaffehusen, de litterära salongerna, de politiska klubbarna och parlamentet i en syn på medier som ett system.<sup>39</sup> Med ett generösare mediebegrepp och med nyare analytiska insikter kan vi fördjupa vår historiska förståelse av dessa fenomen. I stället för att bara överföra Habermas schema (vilket bygger på inte alltför solid empirisk grund med exempel från England och Frankrike) och i stället för att betrakta det från ovan, utifrån storskaliga kronologier, kunde vi börja underifrån, i specifika platser och situationer. Vi borde då försöka avtäcka konkreta mediala utbyten, kopplingar och överlappningar på ett handfast lokalt plan. Först då – och efter en hel del empiriskt arbete – kan övergripande mönster och orsakssamband diskuteras på allvar.<sup>40</sup>

### Slutsatser

Det här kapitlet har argumenterat för fortsatta historiska undersökningar av tre aspekter av Jürgen Habermas teori och beskrivning av den borgerliga offentligheten. Den första gäller faktiskt mediedeltagande, den andra representativa drag hos medieinstitutioner och den tredje mediasystem. Dessa tre spår kan naturligtvis kombineras. De sista exemplen ovan – om mediasystemet kring reformrörelsen på 1860-talet – är förstås också tydliga exempel på både deltagande och representationsstrategier. Historisk specificitet är nyckeln. När vi fokuserar på konkreta situationer och platser faller de storslagna kronologierna samman. Det finns ingen enkel utveckling från en representativ offentlighet till en deltagande borgerlig offentlighet, och tillbaka igen. Medier har alltid hängt samman på systemlika sätt. Historisk specificitet utesluter inte ett intresse för samtida förhållanden. Tvärtom. En diskursiv strategi för dagens tidningar, tryckta eller på nätet, är uppenbarligen att skapa intrycket av deltagande, vilket inte utesluter att ett faktiskt deltagande äger rum. Om vi ska få någon djupare förståelse av dessa samtida fenomen är ett historiskt perspektiv helt avgörande.

## Noter

1. Kapitlet är en vidareutveckling av min ”Participation, representation, and media system. Habermasian paths to the past”, *Culture Unbound* 2010:2.
2. Jag har använt mig av Jürgen Habermas, *Borgerlig offentlighet. Kategorierna ”privat” och ”offentligt” i det moderna samhället*, Lund 1998.
3. Till exempel Craig Calhoun (red.), *Habermas and the public sphere*, Cambridge, Mass. 1992; Bruce Robbins (red.), *The phantom public sphere*, Minneapolis 1993; John B. Thompson, *The media and modernity. A social theory of the media*, Stanford 1995; Martin Bergström, Anders Ekström & Frans Lundgren, *Publika kulturer. En inledning*, Uppsala 2000; Nick Roberts & John Michael Crossley (red.), *After Habermas. New perspectives on the public sphere*, Oxford 2004.
4. Till exempel Dag Nordmark, *Det förenande samtalet. Om norrländsk lokalpress och den borgerliga offentlighetens etablering under 1800-talets första hälft*, Stockholm 1989; Cecilia Rosengren, *Tidevarvets bättre genius. Föreställningar om offentlighet och publicitet i Karl Johantidens Sverige*, Stockholm 1999.
5. Se Patrik Lundell, *Pressen i provinsen. Från medborgerliga samtal till modern opinionsbildning 1750–1850*, Lund 2002, för en omfattande studie.
6. Otto Sylwan, *Svenska pressens historia till statshvälfningen 1772*, Lund 1896, s. 108.
7. *Norrköpings Weko-Tidningar* 19/9 1767, citerat i Lundell 2002, s. 23.
8. Prospectus för *Örebro Weckoblad* 1793 citerat i Brigitte Mral, ”Två tidningsstarter i Örebro”, i *Ständigt dessa landsortstidningar*, Karl Erik Gustafsson & Per Rydén (red.), Göteborg 1998, s. 111.
9. *Linköpings Bladet* 3/1 1795, citerat i Lundell 2002, s. 23.
10. Immanuel Kant, ”Beantwortung der Frage: Was ist Aufklärung?”, *Berlinischen Monatschrift* december 1784.
11. Till exempel Roy Porter, *Enlightenment. Britain and the creation of the modern world*, London 2000; Jonathan B. Knudsen, *Justus Möser and the German Enlightenment*, Cambridge 1986; Jakob Christensson, *Lyckoriket. Studier i svensk upplysning*, Stockholm 1996.
12. Dallas Liddle, ”Who invented the ’leading article’? Reconstructing the history and prehistory of a Victorian newspaper genre”, *Media History* 1999:1, s. 5–6.
13. Henrik Schück & Karl Warburg, *Illustrerad svensk litteraturhistoria*, III. *Frihetstiden*, faksimil av tredje fullständigt omarbetade upplagan 1927, Stockholm 1985, s. 76.
14. Jarl Torbacke, ”Nu grundläggs den moderna utvecklingen (1809–1830)”, i *Den svenska pressens historia*, I. *I begynnelsen (tiden före 1830)*, Karl Erik Gustafsson & Per Rydén (red.), Stockholm 2000, s. 282.

15. Se Anders Ekström, Solveig Jülich, Frans Lundgren & Per Wisselgren (red.), *History of participatory media. Politics and publics, 1750–2000*, New York 2010.
16. Till exempel James Surowiecki, *The wisdom of crowds. Why the many are smarter than the few and how collective wisdom shapes business, economics, society and nations*, London 2004; Don Tapscott & Anthony D. Williams, *Wikinomics. How mass collaboration changes everything*, New York 2006; Andrew Keen, *The cult of the amateur. How today's Internet is killing our culture*, New York 2007.
17. Min forskning på temat är sammanställd i Patrik Lundell, *Attentatet mot Hiertas minne. Studier i den svenska pressens mediehistoria*, Stockholm 2013. För ett par internationella bidrag se Mark Hampton, *Visions of the press in Britain, 1850–1950*, Urbana 2004; och Aled Jones, *Powers of the press. Newspapers, power and the public in nineteenth-century England*, Aldershot 1996.
18. *Argus* 1/10 1825, citerat i Lundell 2002, s. 125.
19. Med ”passiv” avses inget annat än avsaknad av ett aktivt deltagande i själva medieformen, inte att tillägnandet av dess innehåll skulle vara passivt.
20. Sven Lorens Theorell, *Rikets Ständers Justitiæ-ombudsmans embets-berättelse för år 1849*, Stockholm 1849, s. 9. Herman Ludvig Rydin, *Om yttrandefrihet och tryckfrihet. Försök till belysning af svenska press-lagstifningen*, Stockholm 1859, s. 107. Rydin anförde verkligen dylika lagar i Frankrike, Österrike, Preussen och Belgien.
21. Lundell 2002, s. 235–236; Eric Johannesson, ”Med det nya på väg (1858–1880)”, i *Den svenska pressens historia*, II. *Åren då allting hände (1830–1897)*, Karl Erik Gustafsson & Per Rydén (red.), Stockholm 2001; jämför Bridget Griffen-Foley, ”From *Tit-Bits* to *Big Brother*. A century of audience participation in media”, *Media, Culture & Society* 2004:4, s. 4.
22. Johan Jarlbrink, *Det våras för journalisten. Symboler och handlingsmönster för den svenska pressens medarbetare från 1870-tal till 1930-tal*, Stockholm 2009.
23. Gaye Tuchman, *Making news. A study in the construction of reality*, New York 1980.
24. Lisa Gitelman, *Always already new. Media, history, and the data of culture*, Cambridge, Mass. 2006, s. 5–7.
25. Karl Bücher, ”Die Anfänge des Zeitungswesens”, i Bücher, *Die Entstehung der Volkswirtschaft*, I, 10:e uppl., Tübingen, 1917, s. 257–258.
26. Karl Bücher, *Gesammelte Aufsätze zur Zeitungskunde*, Tübingen 1926, s. 31.
27. Walter Lippmann, *Public opinion*, London 1922.
28. Thompson 1995, s. 75.
29. Till exempel Michael Walzer, ”On the role of symbolism in political thought”, *Political Science Quarterly* 1967:2, s. 82; Lynn Hunt, *Politics, culture, and class in the French revolution*, Berkeley 1984; Mary Douglas, *How institutions think*, London 1987.
30. Erving Goffman, *The presentation of self in everyday life*, Edinburgh 1956.



31. Jonas Harvard & Patrik Lundell, "1800-talets medier. System, landskap, nätverk", i *1800-talets mediesystem*, Harvard & Lundell (red.), Stockholm 2010.
32. Några exempel: Henrik G. Bastiansen, "Media history and the study of media systems", *Media History* 2008:1; Joseph Turow, *Media systems in society. Understanding industries, strategies, and power*, New York 1992; Daniel C. Hallin & Paolo Mancini, *Comparing media systems. Three models of media and politics*, New York 2004; och Robert W. McChesney, *Rich media, poor democracy. Communication in dubious times*, Urbana 1999.
33. För en färsk kritik av de pseudohistoriska ansatserna att utropa vår samtid till en ny tidsålder, se Jonathan Crary, *24/7. Late capitalism and the ends of sleep*, London & New York 2013, s. 35–36. För begreppsutredningar och forskningsöversikter över medialiseringforsknin (och delvis digitaliseringsdito), se Johan Fornäs & Anne Kaun (red.), *Medialisering av kultur, politik, vardag och forskning. Slutrapport från Riksbankens Jubileumsfonds forskarsymposium i Stockholm 18–19 augusti 2011*, Huddinge 2011; Anne Kaun & Karin Fast, *Research report. Mediatization of culture and everyday life*, Huddinge 2014; Sonia Livingstone, "On the mediation of everything. ICA presidential address 2008", *Journal of Communication* 2009:1; Stig Hjarvard, *The mediatization of culture and society*, London 2013; Andreas Hepp, *Cultures of mediatization*, Cambridge 2012; och Knut Lundby (red.), *Mediatization. Concept, changes, consequences*, New York 2009.
34. Ulf Hannerz, "Genomsyrade av medier. Kulturer, samhällen och medvetandet av idag", i *Medier och kulturer*, Hannerz (red.), Stockholm 1990, s. 7. Se även Solveig Jülich, Patrik Lundell & Pelle Snickars, "Mediernas kulturhistoria. En inledning", i *Mediernas kulturhistoria*, Jülich, Lundell & Snickars (red.), Stockholm 2008, s. 12–17.
35. Raymond Williams, *Marxism and literature*, Oxford 1977, s. 121–127.
36. Jay David Bolter & Richard Grusin, *Remediation. Understanding new media*, Cambridge, Mass. 1999.
37. Asa Briggs & Peter Burke, *A social history of the media. From Gutenberg to the Internet*, Cambridge 2000, s. 22–23.
38. Jonas Harvard, "Medial mobilisering. Representationsreformen och opinionsstormen" respektive Madeleine Hurd, "Tidningsgenrer och offentliga riter i 1865 års reformrörelse", i *1800-talets mediesystem*, Jonas Harvard & Patrik Lundell (red.), Stockholm 2010.
39. Jämför Briggs & Burke 2000, s. 73.
40. Jämför Harvard & Lundell 2010.

# Konsumentupplysning som reklamens motvikt

*De svenska statsmakternas strategier  
från 1940-tal till 1970-tal*

SOPHIE ELSÄSSER

När spridningen av tidningar i Sverige ökade under 1800-talet, steg också intresset från annonsörernas sida, vilket bidrog till ännu lägre priser och större upplagor. Pressens utveckling till ett massmedium var en process där annonserna spelade en viktig roll.<sup>1</sup> Annonserna har sedan haft fortsatt betydelse för pressen. Det stora flertalet tidningar och tidskrifter på den svenska marknaden är beroende av annonser för att finansiera utgivningen, för vissa är de den viktigaste inkomstkällan. En av reklamens positiva effekter är dess möjlighet att driva initiativ och utveckling framåt inom näringslivet. Den är också en väsentlig faktor för snabb spridning av varor och tjänster som förenklar och förgyller tillvaron. Till dess nackdelar hör att den bidrar till ett slöseri med resurser.<sup>2</sup> Detta är dock enbart några av de argument som florerat i debatten kring reklam.

I slutet av 1940-talet konstaterades i en statlig utredning om konsumentupplysning att reklam var en av de viktigaste upplysningskällorna för konsumenten. Och på det sätt som marknaden hade utvecklats var reklamen ett självklart inslag. Samtidigt stod det klart att man visste mycket litet om reklamens former, kostnader och betydelse ur upplysningssynpunkt. Och även om reklam i många fall ansågs ha positiva verkningar, menade utredningen att det behövdes upplysning som stod helt fri från affärsintressen. Man förordade satsningar på mer konsumentupplysning, där en viktig funktion var just att fungera som

motvikt till reklamen.<sup>3</sup> En väsentlig förutsättning vid denna tid var tilltron till den traditionella marknadsekonomiska teorin. Enligt den tas för givet att konsumenten kan göra rationella val utifrån tillgång till god information, kännedom om de egna (ekonomiska) begränsningarna och med utgångspunkt från egna tydliga och fasta preferenser.<sup>4</sup> Konsumentupplysningen skulle i denna modell spela en viktig roll i informationsutbudet. Denna föreställning om konsumenten som rationell var dominerande i samhället fram till början av 1970-talet. När insikterna blev tydliga om att det fanns uppenbara brister i den ekonomiska modellen, kom också synen på konsumenternas situation att förändras. Från att målet hade varit väl informerade konsumenter och väl fungerande konkurrens, förändrades det till väl skyddade konsumenter. En aktiv konsumentpolitik med lagar och regleringar samt en myndighet som arbetade med producentpåverkan tog form. Enbart konsumentupplysning sågs inte längre som tillräckligt som motvikt till reklamen. Det skulle krävas mycket stora satsningar på konsumentupplysningen för att den verkliga skulle bli en motvikt till den hela tiden ökande mängden reklam, och så stora resurser fanns inte att avsätta.<sup>5</sup>

Syftet med denna text, som i stort följer utvecklingen kronologiskt, är att visa hur statsmakterna arbetat för att med saklig och opartisk konsumentupplysning väga upp den inte alltid lika sakliga och opartiska reklamen under perioden från 1940-talet till 1970-talet. Ett viktigt forum för statsmakterna att nå ut med sin politik var under lång tid konsumenttidningen *Råd & Rön*. Tidningen har alltid varit fri från reklam och man har genom sättet man skrivit om särskilda varor och om konsumtion i allmänhet haft ett tydligt ställningstagande mot reklam. Ordet konsumentpolitik förekom inte förrän i slutet av 1960-talet, snarare handlade det om att upprätthålla den rådande ekonomiska politiken där den rationella konsumenten var en väsentlig part. Det handlade också om mediepolitik, hur konsumentupplysningen kom att medieras genom *Råd & Rön*. En rad exempel på detta kommer att lyftas fram i det här kapitlet. Men mediepolitiken gav också utslag i hur konsumentupplysningen i radio och teve gestaltades och hur en statlig utbildning i objektiv konsumentupplysning genomfördes. Också detta tas upp längre fram.

Under perioden från 1940-talet till 1970-talet genomfördes en lång rad statliga utredningar om konkurrensfrågor, prispolitik, distribution av varor, konsumentupplysning och reklam. Förenklat kan statsmakternas hållning beskrivas som en rörelse från en vag försiktighet under 1940-talet till en öppen konsumtionskritik under 1970-talet. I många fall realiserades föreslagna idéer genom olika nya verksamheter, regleringar och förbud. Under två perioder, i slutet av 1950-talet samt i slutet av 1960-talet och början av 1970-talet, fanns det en tydlig kritik mot reklamen i den offentliga debatten. I texten görs nedslag i relevanta delar av utredningsarbetena. Den kronologiska framställningen följer konsumentupplysningens utveckling och hur synen på reklam förändrades i utredningar och debatt.

Den svenska konsumentupplysningen och konsumentjournalistiken är tämligen outforskade områden, och detta gäller i stor utsträckning även konsumentpolitiken.<sup>6</sup> Vad gäller det senare ser jag hur detta i hög grad speglar statsmakternas intresse för området. Det relativa ointresset, jämfört med den period som tas upp här, från 1980-talet och framåt visar sig i att den mesta litteratur som refereras här är publicerad senast vid 1980-talets början. Reklam är däremot ett betydligt mer omskrivet område ur ett brett perspektiv. Kopplingen till konsumentupplysning är dock inte vanlig.

### **Reklamen i samhällets tjänst**

Reklammakarna riktade under lång tid enbart in sig på den enskilda konsumenten. Under 1930-talet började man i branschen att lyfta blicken och intressera sig för reklamens roll i samhället. Detta bidrog till reflektion kring den egna verksamheten och en föreställning om att man kunde göra goda insatser för samhället – om man fick samhället att förstå potentialen. När andra världskriget bröt ut engagerades experter från reklambranschen för att i ett nyinrättat reklamråd bistå vid utformningen av statliga propagandakampanjer. Ett sådant exempel är hur man försökte minska medborgarnas konsumtion genom att vädja till samhällslojalitet, i stället för att direkt utfärda ransonering. Under kriget kom således en del reklamarbetare att verka i statens tjänst, men bakom engagemanget låg inte enbart altruistiska motiv. Den vanliga

annonsmarknaden, och därigenom det reguljära arbetet, var ju i hög grad satt på sparlåga.<sup>7</sup>

Från statsmakternas sida gjordes under kriget en satsning på konsumentupplysning genom bildandet av Aktiv Hushållning, vars verksamhet främst var inriktad på att samla och sprida information om kristidshushållning genom exempelvis broschyrer, kurser och i radio. Efter kriget försvann successivt en del av Aktiv Hushållnings uppgifter. Vid samma tid hade statsmakterna och tongivande kvinnoorganisationer sett ett större behov av forskning kring hemmets varor och arbete, vilket gjorde att satsningen på konsumentupplysning fortsatte. Hemmens Forskningsinstitut bildades 1944 och finansierades i hög grad med statliga medel. Men verksamheten var begränsad och det fanns ett behov av en ökad konsumentupplysning.<sup>8</sup> 1946 tillsatte Gunnar Myrdal (S), i rollen som statsråd för Handelsdepartementet, den utredning som togs upp ovan om ökad upplysning och forskning inom konsumentområdet. Tidigare hade konsumenterna i större utsträckning producerat det hushållet behövde eller haft tillgång till det på nära håll. Nu saknades denna möjlighet till insyn och överblick. Att urvalet av varor dessutom ständigt ökade gjorde det inte heller enklare för konsumenten att välja. En satsning på konsumentupplysning tillstyrktes av utredarna, som liksom Myrdal ansåg att upplysningen hade en viktig funktion att fylla genom att väga upp och komplettera reklamen. Konsumenterna skulle få dels bättre överblick över marknaden, dels mer fullständig information om enskilda varor och tjänster. Eftersom reklamens främsta syfte var att sälja medförde det att fokus kom att ligga på varans positiva egenskaper. En fungerande konsumentupplysning skulle balansera detta, och även gynna konkurrensen.<sup>9</sup>

En viktig fråga för utredningen var frågan om samband mellan pris och kvalitet.<sup>10</sup> Det fanns hos konsumenterna en bristande förmåga att värdera varors kvalitet i förhållande till pris. Med bättre tillgång på information om olika varors egenskaper skulle prissättningen bli mer differentierad. Bland allmänheten fanns, menade utredarna, en fast förankrad tro att högt pris medförde hög kvalitet och tvärtom. Inget företag kunde därför konkurrera med lägre priser eftersom det skulle signalera en sämre vara. För att kunna konkurrera med andra förbättrades i stället varans kvalitet, den förpackades mer elegant och annon-

seringen ökade.<sup>11</sup> Den ökande mängden märkesvaror gjorde det förvisso möjligt för konsumenten att lätt känna igen en viss vara bland liknande produkter, men det medförde en risk för att konsumenten höll fast vid just det denne en gång valt. Själva varumärket blev en väsentlig del av reklamen. Med konsumentupplysning skulle också andra aspekter tillföras.<sup>12</sup>

Men även om reklamens syfte var att sälja fanns det enligt utredningen en allmän uppfattning att på den svenska marknaden dominerade ”upplysande” reklam framför ”säljande”. Den upplysande reklamen innehöll sakligt riktiga upplysningar som kunde vara av värde för köparen, den säljande reklamen förde fram argument som inte hade något med varans egentliga egenskaper att göra. Trots att den upplysande varianten sågs som den dominerande formen, kunde den inte ses som tillräckligt upplysande i förhållande till hur mycket information producenterna skulle kunna lämna och hur mycket konsumenterna skulle behöva.<sup>13</sup> Utredningen ledde fram till att Varudeklarationsnämnden (VDN) startades 1951. Den ideella föreningen VDN skulle enligt stadgarna arbeta för en ökad användning av varudeklarationer och att dessa skulle vara vederhäftiga och enhetligt utformade. Tanken var att märkningen skulle finnas på varorna ute i affärerna och härigenom skulle konsumenterna få god tillgång till information i köpsituationer.<sup>14</sup>

### **Växande marknad ger mer reklam**

Under perioden från 1950-talets början och två decennier framåt utmärktes den svenska ekonomin av mycket god tillväxt och stabilitet. Elkraften och elnätet byggdes ut, likaså vägnätet. Byggandet av bostäder ökade och hushållen moderniserades med nya maskiner. Kvinnorna tog i större utsträckning steget ut på arbetsmarknaden. De privatekonomiska förutsättningarna var generellt goda med nya sociala skyddsnet. Bilismen fick sitt genombrott. Förpackningsindustrin och kyl- och frystekniken gav nya förutsättningar för handeln. Flera av dessa faktorer samverkade i framväxten av det svenska välfärdssamhället.<sup>15</sup>

För konsumenterna var det en period av stora förändringar. Inte minst för husmödrarna förändrades tillvaron. Tvättmaskiner, kylskåp

och frysar tillhörde de varor som fick en större spridning i hemmen. Den rationaliseringstrend som kunde ses på olika håll i samhället avspeglade sig också vad gällde inköpen. Antalet självbetjäningssaffärer växte i snabb takt, liksom antalet varor.<sup>16</sup> Det fanns således många möjliga varor att göra reklam för. 1953 kom en lag som motverkade olika slags konkurrensbegränsning inom näringslivet, en lag som radikalt förändrade spelreglerna på marknaden. En tidigare kartellekonomi ersattes då av en konkurrens ekonomi. Dittills hade tillverkare och leverantörer haft makten över marknadsföringen. Med den nya lagen överfördes makten till handeln. Märkesvaror och märkesvarureklam blev ännu viktigare. Handeln satsade allt mer pengar på marknadsföring för att få just sina produkter sålda. Mängden reklam ökade och förändrades. Den "säljande" reklamen tog överhanden över den "upplysande". Gränserna för vad reklamen kunde hävda tänjdes. Regler för marknadsföringen fastställdes i en lag, som började gälla 1971. Tanken var här inte att reklambranschen skulle förändras i sig, utan man ville från statsmakternas sida komma till rätta med påståenden som ansågs strida mot konsumentpolitiska mål eller god marknadsföringssed.<sup>17</sup>

### **Handelns utveckling leder till statliga satsningar**

Den omfattande expansionen av handeln föranledde en statlig utredning om varudistribution som kom 1955. Här konstaterades att den prispolitik som funnits under lång tid var djupt rotad i konsumenterna. De hade svårt att väga pris och kvalitet mot varandra, något som det tidigare systemet med bruttopriser bidragit till. Från utredningens sida ville man inte bara att konsumenterna skulle kunna värdera pris och kvalitet, utan också service, som i detta sammanhang sågs som hela distributionsverksamheten. Ett förslag var att handeln skulle göra ett grovt urval bland marknaden digra utbud, för att öka överskådligheten för konsumenterna. Med en ökad konsumentvaruforskning skulle det tydligare framgå vilka varor som var bra och vilka som inte var det. De senare skulle försvinna från hyllorna och därmed underlätta lagerhållningen i butikerna. De handelsanställda skulle utbildas för att kunna ge kunderna information om de bra varorna. Satsningen inom

konsumentområdet skulle alltså inte enbart inriktas på konsumenterna, utan också på handeln och den övriga distributionsprocessen. ”Vår tids massproduktion kräver massdistribution”, som utredningen konstaterade.<sup>18</sup>

Liksom i den ovan refererade utredningen från 1940-talet förordades en utbyggnad av konsumentupplysningen, men också en utökning av övervakningen av konkurrensen inom näringslivet. Det ledde fram till att den första konsumentmyndigheten, Konsumentinstitutet, och Statens Pris- och kartellnämnd (SPK) bildades 1957. Vad gällde Konsumentinstitutet så drogs de konkreta riktlinjerna upp inom Handelsdepartementet. En viktig utgångspunkt var att konsumentupplysningen behövde vara lättillgänglig för konsumenten. Samtidigt fick den inte vara för allmänt hållen; tanken var ju trots allt att den skulle vara användbar. Att namnge vilka varor som testades ansågs rimligt, men utan att man betygsatte de olika produkterna i förhållande till varandra. En sådan verksamhet, menade man, ”skulle kunna accepteras av alla parter”.<sup>19</sup> Det framgick inte vilka dessa olika parter var, eller vilka olika åsikter de kunde tänkas ha. Det system av korporativt beslutsfattande som under lång tid fanns i Sverige innebar att bland annat myndighetsstyrelser och statliga kommittéer var sammansatta av olika partsintressen. I konsumentsammanhang handlade det om näringslivet, företrädare för konsumenterna genom Kooperativa förbundet och fackförbunden TCO och LO samt representanter för allmänheten, ofta genom riksdagsledamöter.<sup>20</sup> Beträffande just ”bästa köp” fanns dock en generell skepsis, bland annat för att det ansågs svårt att lyfta fram en vara som passade allas behov.<sup>21</sup> Med en väl fungerande konkurrens inom näringslivet, med en särskild instans som övervakade att lagstiftningen efterlevdes, samt en expansiv konsumentupplysning sågs förutsättningarna som goda för konsumenterna.<sup>22</sup>

Konsumentinstitutet övertog till stor del föregångaren Hemmens forskningsinstituts verksamhet med varuprovningar och konsumentupplysning genom bland annat skrifter, utställningar och pressmeddelanden. En viktig anledning till att *Råd & Rön* startades 1958 var att man från institutets sida ville göra något lite mer fylligt av pressmeddelandena, att helt enkelt ge ut dem som en tidning. Resurserna var dock begränsade och till en början bestod *Råd & Rön* av ett vikt papper,



vilket gav fyra tidningssidor i cirka A5-format. Tidningen växte efterhand och man började publicera material från andra institut.<sup>23</sup>

Konsumentupplysning sändes också i teve och radio; det ingick i sändningsuppdraget från staten. I slutet av 1950-talet utvecklades särskilda regler för detta, som ett par år senare utvecklades vidare. Dessa regler upptog elva sidor om upplysningens syfte och ämnesval, en mycket noggrann genomgång av vikten av saktlighet och opartiskhet, samt lämplig form för upplysningen och ansvarsfrågorna.<sup>24</sup> I verksamheten var objektiviteten en ständig avvägningsfråga – hur mycket information om varorna man egentligen kunde ge. Inget fick framstå som reklam och man täckte ofta över synliga firmanamn, något som görs än i dag. I andra änden av skalan ville man heller inte hänga ut de företag som gjort sämre varor. Vad gäller det senare användes strategier som att med fotografier visa de bästa modellerna, och med tecknade bilder de övriga. Eller att inte nämna de senare alls. Ingrid Samuelsson, under många år verksam inom konsumentupplysningen i radio och teve, skrev 1960 om de utmaningar som fanns, där inte bara statsmakternas regler inverkade. Televisionens stora genomslag gjorde också att företagen uppmärksammade vad som sändes. Samuelsson exemplifierade detta med att man i ett program visat hur djupfryst fisk kunde underlätta husmödrarnas sommarmatlagning och sedan blivit kontaktade av representanter från fiskerinäringen som insinuerade att teveinslaget var köpt av Djupfrysingsbyrån.<sup>25</sup>

### Reklamkritik väcker olika reaktioner

I slutet av 1950-talet gav författaren Sven Lindqvist ut boken *Reklamen är livsfarlig. En stridsskrift*, där han argumenterade för att reklamen borde tas bort. Tidningarna behövde ta sitt ansvar för annonserna. De var lika viktiga som det redaktionella materialet, och utgivaren borde därför inte publicera annonser som framförde förslag och värderingar som redaktionen inte delade. Lindqvist menade att det krävdes lagstiftning för att konsumenterna skulle kunna skyddas mot reklamen.<sup>26</sup>

Det visade sig att Sven Lindqvist gav sig ut på minerad mark. Kritiken blev hård, inte minst från *Dagens Nyheter*'s ledarredaktion. Lindqvist hade dittills haft just *Dagens Nyheter* som sin främsta inkomstkälla, men

det var därefter inte aktuellt. Att kritisera reklam på detta fundamentala sätt var således inte i linje med den politiska opinionen, konstaterade Lindqvist i förordet när boken senare gavs ut igen.<sup>27</sup> Men det var kanske inte så mycket den politiska opinionen som näringslivet som ställde sig negativt till Lindqvists idéer. Då annonsdirektören Tom Björklund 1967 publicerade en utförlig genomgång av den svenska annonsmarknaden från 1920 till 1965, raljerade han friskt med Lindqvists idéer. Ett ifrågasättande av reklam likställdes med stollighet. Särskilt underhållande tyckte Björklund det var att Lindqvist inte kunde presentera något alternativ till reklam, som ju – enligt Björklund – var ett självklart inslag i samhället.<sup>28</sup>

Lindqvists *Reklamen är livsfarlig* togs emellertid emot med en öppnare attityd från andra håll, och författaren bjöds in att medverka i radio och teve. Boken var, tillsammans med amerikanen Vance Packards debattbok *The hidden persuaders*, ett centralt bidrag i den debattvåg mot reklam som inleddes i slutet av 1950-talet.<sup>29</sup> Denna debattvåg var en väsentlig anledning till att det under 1960-talet inte blev någon reklam i teve, något som man från näringslivshåll gärna ville se. När teves och radios framtid behandlades i en statlig utredning vid denna tid var frågan om tevereklam en av de aspekter som togs upp. Att reklam var ett självklart inslag i ett samhälle med det ekonomiska system som fanns i Sverige var inget som ifrågasattes. Men med tevereklam var det annorlunda, menade utredningen. Studier av hur det såg ut i andra länder visade att tevereklam ofta handlade om enklare konsumtionsartiklar som livsmedel, tvättmedel och tobak. Reklam som knöt an till de industrigrenar som hade ekonomisk betydelse för den svenska ekonomins tillväxt var däremot sällsynt. Dessutom skulle mindre företag, som inte hade råd med tevereklam, få svårare att hävda sig på marknaden. Införandet av tevereklam skulle således inte gynna samhällsekonomin. Den konsumentupplysande effekten ansågs marginell, eftersom tevereklamen primärt var inriktad på att med ”suggererande medel pränta in vissa firmanamn och varumärken”. I stället, förespråkade direktivet, borde mer programtid avsättas för varuinformation genom konsumentupplysning.<sup>30</sup>

Även om motståndet mot reklam inte var som störst under början av 1960-talet fanns det ändå en grundläggande skepsis från stats-

makternas sida. Det blir tydligt när man studerar de möjligheter till en statlig journalist- och reklamutbildning som diskuterades vid denna tid. Yrkesverksamma inom dessa branscher hade sällan universitetsutbildning, och önskemål fanns om att höja utbildningsnivån inom båda områden. Från statsmakternas sida fanns dock en tveksamhet till att med statliga medel finansiera en utbildning inom reklam. Ett villkor skulle då vara att man inom utbildningen arbetade för att motverka sådan reklam som inte syftade till korrekt vägledning för konsumenterna. Förslaget om reklamutbildning utreddes vidare och resulterade i en utbildning med inriktning på objektiv varubeskrivning och med fokus på information om varor och tjänster som byggde på saklig granskning och saknade försäljningsfrämjande syfte. Utbildningen var därmed tänkt att bli en behövlig motvikt till den ständigt ökande reklamen. Den planerade inriktningen kunde drivas delvis parallellt med journalistutbildningen, vilket innebar en samordningsvinst. Elin Gardeström, som skrivit om tillkomsten av den statliga journalistutbildningen, pekar särskilt på det faktum att man från styrande socialdemokratiskt håll ändrade en föreslagen reklamutbildning till en utbildning i objektiv konsumentupplysning.<sup>31</sup> I båda dessa fall, frågan om tevereklam och inriktningen på den högre utbildningen, ser man att den rådande linjen, konsumentupplysningen som ett motmedel mot reklam, gör sig gällande.

### **Mer uppfostrande upplysning**

Marknaden förändrades snabbt. *Råd & Rön* utvecklades dock inte i samma takt. Ett par år in på 1960-talet hade det vuxit fram en massiv kritik i den övriga pressen mot tidningens och institutets upplysningsavdelning. Servicen från institutet ansågs bristande, och vad gällde tidningen bedömdes den som tung, tråkig och torftig. En statlig utredning tillsattes, där en viktig målsättning var att upplysningsarbetet i högre grad skulle genomsyras av konsumentuppfostran. Konsumenterna skulle lära sig att analysera sina egna behov och sätta dessa i förhållande till varornas pris och kvalitet – och till reklamen. För att nå ut till så många som möjligt, vilket var ett mål i sig med verksamheten, förordades att informationen skulle presenteras i olika former och

kanaler. Användbar inspiration kunde paradoxalt nog hämtas just från reklamen, med bland annat porrfilmer på biografer, betald annonsering i pressen, och deltagande i olika varumässor.<sup>32</sup>

Utredningen ledde till ökade resurser och vidare ramar för upplysningsverksamheten. För *Råd & Rön*s del medförde detta en förnyelse av tidningen; bland annat vidgades fältet för vilka slags varor som togs upp, inkluderande exempelvis fritidsprylar, och nya avdelningar infördes, som till exempel ledare. Med denna nya konsumentkritiska hållning blev det vanligare med aktivt köpdämpande uppmaningar i *Råd & Rön*.<sup>33</sup> Konsumentjournalistik har i sig ofta normgivande drag, och den restriktiva hållningen kunde ses i olika slag av artiklar.<sup>34</sup> Oftast förekom den i ledarartiklar. Ett exempel är denna ledare från 1966, där läsarna uppmanades att pröva sina skäl för inköp:

Då och då frågar man oss om varför vi ibland i samband med att vi publicerar resultatet av undersökningar ber läsarna tänka på om de verkligen har behov av den eller de produkter som vi upplyser om. Man har sagt oss att det inte hör till vår uppgift att råda konsumenterna i dessa angelägenheter, utan att det för oss bör räcka med att presentera de jämförande varuundersökningarna. Vi kan naturligtvis inte rätta oss efter detta. Det ingår i våra uppgifter att bland annat ta upp frågan om en produkt fyller ett reellt behov eller ej. Det känns nästan överflödigt att framhålla det, men det är tydligen nödvändigt för att undvika missförstånd.<sup>35</sup>

Skribenten argumenterade för att konsumenterna påverkades från många olika håll – från vänner och bekanta, massmedier samt reklam. En viktig motpol var då en objektiv, opartisk och oberoende konsumentupplysning. Och att kunna utgå från de egna behoven.<sup>36</sup>

Ett annat exempel, från tidningens övriga artikelmaterial, handlar om ett test av luftfuktare. Över ett flertal sidor presenterades testresultat och experter som ur hälso-, bygg- samt möbelvårdsperspektiv uttalade sig om luftfuktare. En summerande faktaruta på första uppslaget upplyste under rubriken ”Behöver vi luftfuktare?” att det behövde de flesta personer *inte*. Men att det fanns andra åsikter avslöjar citatet ”Somliga hävdar att särskilda luftfuktare behövs för att motverka vintertorkan inomhus – av hälso- och hygienskäl, för trivselns skull och



## Pröva dina skäl innan du köper

Di och då frågar man oss om vi varit så ibland i samband med att vi publicerar resultatet av undersökningar hur läsarna tänker på om de verkligen har behov av den eller inte produkter som vi upplyser om. Man har sagt oss att det inte bör till vår uppgift att råda konsumenterna i dessa angelägenheter, utan att det för oss bör räcka med att presentera de jämförande varuundersökningarna. Vi kan naturligtvis inte rätta oss efter detta. Det ingår i våra uppgifter att bland annat ta upp frågan om en produkt fyller ett reellt behov eller ej. Det känns nästan överflödigt att framhålla det, men det är tydligen nödvändigt för att undvika missförstånd.

I all konsumentupplysning måste behov och krav provas när det gäller köp av varor och tjänster. Om en sådan prövning innebär en analys av objektiva eller subjektiva eller — vilket torde vara det vanligaste — både objektiva och subjektiva faktorer, det är en sak för sig. Ju fler valmöjligheter vi har, desto viktigare ter sig önskemålet om en avvägning, en bedömning av vad som är väsentligast just i vårt eget fall. Vi är ständigt utsatta för plövkän när vi ska

bedöma oss som konsument. Där är allt vad vi hör av familjemedlemmar, goda vänner och andra, där är vad massmedia slussar ut av fakta och omdömen, där är all den reklam som når oss och pekar på vår uppmärksamhet.

I denna kofe har objektiv, opartisk och oberoende konsumentupplysning sin givna plats.

Många av oss är ofta omedvetna om de föreställningar och attityder som påverkar vårt handlande i olika situationer. Ska vi som konsumenter självständigt kunna ta ställning i frågor om att köpa eller inte köpa, måste vi vara lyhörda för saklig information. Att hävda sig som konsument är i hög grad en fråga om förmåga att se kritiskt på valmöjligheterna och att stå pall inför trycket av suggestiva väljanden.

Vi har i Råd och Rön gång på gång påpekat att produkter som vi upplyser om visst inte är nödvändiga för alla, och vi har gjort det trots att vi vet att påpekanterna är en truism. Det kan vara befoget att säga självklarheter i konsumentupplysningen i ett samhälle som vårt med ett överflöd av varor och tjänster, där konsumenterna

har stora svårigheter att orientera sig.

För att en familj på fem, sex personer skaffar sig en frysfrys är det inte utesluttat givet att en familj på två personer gör det. För en person är en luftfuktare en välsignelse, för en annan en onödighet. Inte kan det vara fel att införa ett erbjudande om att köpa en tvättmaskin undersöka vilket alternativ som passar en bäst — att tvätta hemma eller borta. Eller ta bilen! Är det alldeles gallet att i frågan om att köpa eller inte köpa prova om bilen blir billigare, säkrare och bekvämare än kombinationen kollektiva trafikmedel och taxi? Har vi råd kan vi kosta på oss både bilen och det övriga.

Där vi avstår från att köpa en vara blir det i regel nödvändigt att i stället köpa tjänster, och i många köp av varor följer sig behov av köp av tjänster.

En vaken och kritisk konsument har helt andra möjligheter att påverka produktionen i riktning mot bättre varor och tjänster än den som inte är klar över sin situation. I denna tidning skulle vi illa skäms vårt värde om vi inte försökte bistå konsumenterna i deras strävan att hävda sina intressen.

3

*Råd & Rön* ville skapa medvetna konsument, som funderade på vad just de behövde innan de handlade. "Pröva dina skäl innan du köper", *Råd & Rön* 1966:10.

för att skydda möbler och inredning".<sup>37</sup> Denna skrivning ger uttryck för att det fanns aktörer med ekonomiska intressen i luftfuktarförsäljning och att det var viktigt att bemöta marknadsföringens påståenden.

### Konsumentupplysning som reklam

Det fanns en uppenbar ambivalens mellan viljan att redovisa tester och den ökade konsumtion detta skulle kunna innebära. I en del fall var det dessutom så att en viss vara testades just för att den fått massiv reklam,

men att påståendena om varan kunde ifrågasättas.<sup>38</sup> Det handlade, som framgick, inte om några graderade omdömen utan helt enkelt om det faktum att materialet publicerades. Och att ett sådant samband mellan publicering och konsumtion de facto kunde sägas existera togs upp i boken *Reklam och konsumentupplysning. En analys av deras roll som informationskällor – med kritik och förslag* (1965) där Göran Albinsson, Sten Tengelin och Karl-Erik Wärneryd noggrant analyserade dessa båda begrepp utifrån vilka behov konsumenterna hade av information för att kunna fatta rätt köpbeslut. Vad gällde konsumentupplysning skrev man om hur urvalet varuprovningar som publicerades förstärkte just dessa varors legitimitet. Detta var en önskad biprodukt, omöjlig att undvika, men med vetskap om dess existens skulle biverkningarna kunna minskas. Ett uppenbart grundproblem i sammanhanget var att konsumentupplysningen krävde att konsumenterna kunde göra egna behovsanalyser, något få uppgavs vara i stånd att göra. För att minska risken var det nödvändigt att urvalet av vilka produkter som skulle testas var väl genomtänkt, likaså urvalet av de specifika modellerna. Det fanns nämligen en risk att större företag kom att gynnas framför mindre. Albinsson, Tengelin och Wärneryd tyckte att konsumentvaruforskningen var alltför inriktad på tekniska aspekter. Det borde ske undersökningar av hur konsumenterna egentligen använde varor. Eftersom den statliga konsumentupplysningen ofta framstod som auktoritativ kanske det egentligen var fel parametrar som ledde fram till beslut.<sup>39</sup>

I boken *Reklam och konsumentupplysning* ställdes konsumentupplysningen mot reklamen med syftet att undersöka bådats fördelar och nackdelar, och utgångspunkten var att försöka reformera dem.<sup>40</sup> Författarna definierade begreppen: ”med reklam avses varje av en identifierbar sändare betald form av presentation via massmedia i syfte att främja försäljningen av varor eller tjänster” samt ”konsumentupplysning är objektiv information som via massmedia utgår från sändare utan avsikt att för egen fördel främja avsättning av berörda produkter och tjänster, i syfte att hjälpa konsumenterna till för dem själva tillfredsställande beslut att köpa eller inte köpa”.<sup>41</sup> För både reklam och konsumentupplysning var således massmedierna vägen till konsumenterna.

Journalisten Åke Ortmark var i sin bok *Sveket mot konsumenterna* (1963) entydigt kritisk mot reklamen. Dess mål och medel var så olika

konsumentupplysningen. ”Konsumentupplysningens mål är tillfredsställda konsumenter”, menade Ortmark. ”Konsumenten kan bli tillfredsställd genom att köpa en viss produkt, genom att avstå från köp över huvud eller genom att köpa ett konkurrentmärke.” Konsumentupplysning brukade inte förmedlas av säljaren utan av upplysningsinstitut eller massmedierna. Den innehöll vanligen endast påståenden som var sanna eller falska. För reklamen gällde det motsatta: den ville få konsumenterna att köpa ett visst märke, kom från säljaren och innehöll ofta påståenden som var svävande. Medan reklam ofta sökte upp konsumenterna var konsumenterna tvungna att söka upp konsumentupplysningen.<sup>42</sup>

Ortmark tog upp det faktum att konsumentupplysningen sågs som ett hot av en del företagare. Detta var egentligen inte så märkligt då den objektiva upplysningen skulle kunna påverka försäljningen i negativ riktning, på ett oförutsägbart och opåverkligt sätt. Men han konstaterade samtidigt att de medel som avsattes till den statliga konsumentupplysningen var som en droppe i havet, en halv procent, jämfört med den totala reklamkostnaden.<sup>43</sup>

Med Ortmarks sätt att räkna blev skillnaderna tämligen stora. Men i debatten förekom också andra sätt att mäta som inte gav en fullt så sned fördelning. Albinsson, Tengelin och Wärneryd menade att det var missvisande att jämföra kostnaderna för konsumentupplysning och reklam på det sätt som ofta gjordes. Förvisso fick reklamen ett större utrymme, men skillnaden var inte så stor som det påstods. Reklamkostnaderna utgjordes primärt av utgifter för publicering. För konsumentupplysningen gällde det motsatta förhållandet; den hade i stort sett fri tillgång till spalterna. Konsumentupplysningen hade dessutom ytterligare en fördel då den till skillnad från reklamen hade tillgång till de effektivaste medierna, radion och televisionen.<sup>44</sup> Enligt en undersökning utförd ett par år senare på beställning av Svenska Annonsörers Förening och Svenska Tidningsutgivareföreningen var skillnaderna ännu mindre än vad som i andra sammanhang brukade uppges. Genom att räkna in sådant som information från myndigheter – samhällsinformation – och filmrecensioner till fältet av konsumentupplysning blev siffrorna helt annorlunda: 1:4 vad gällde kvantiteten och 1:3 vad gällde kostnaderna.<sup>45</sup> Den stora skillnaden mellan dessa siffror och Ortmarks

visar tydligt hur man från olika utgångspunkter valde att tolka sammanhangen.

### **På konsumenternas sida**

Från statsmakternas sida hade man under senare delen av 1960-talet kommit fram till att konsumenterna behövde skyddas från marknaden. Konsumentutredningen tillsattes med uppgift att utforma en samlad konsumentpolitik, och en rad viktiga lagar stiftades vid övergången till 1970-talet för att stärka konsumenternas ställning. Det växande utbudet av varor och tjänster och den omfattande marknadsföringen medförde en svåröverskådlighet för konsumenterna. Utvecklingen hade lett till större butiker med sämre möjlighet att få vägledning. Konsumenterna var i underläge. Statsmakterna deklarerade att det var producenterna som skulle styras. Den dittills mycket vidsträckt näringsfriheten, konkurrensfriheten och avtalsfriheten skulle regleras så att den inte stred mot konsumenternas intressen. En lag mot otillbörlig marknadsföring trädde i kraft 1971, som skulle värna både konsumenter och näringsidkare. De senare hade tidigare varit skyddade genom en lag mot illojal konkurrens, men för konsumenternas del var detta den första lagstiftningen. Regeringen ansåg att samhället borde ha det största ansvaret för att reklam och marknadsföring höll en hög etisk standard.<sup>46</sup> Den enda styrningen dittills – bortsett från lagstiftning kring läkemedelsreklam – hade varit näringslivets egen självsanerande verksamhet, som drevs genom Näringslivets Opinionsnämnd utifrån Internationella handelskammarens riktlinjer.<sup>47</sup> I samband med den nya lagen startades en ny myndighet, Konsumentombudsmannen (KO) med uppgift att verka för att lagstiftningen följdes.

Konsumentutredningen ledde till att Konsumentverket startades 1973. Samtidigt lades Konsumentinstitutet ned. Den nya myndigheten bedrev en uttalat annorlunda verksamhet. Varuprovningar hade dittills dominerat arbetet, men resultaten hade ansetts för komplicerade för läsarna. De skulle ha större nytta av en mer instruktiv upplysning. För att få bättre varor skulle Konsumentverket arbeta mer med producentpåverkan, det vill säga få företagen att göra bättre produkter.<sup>48</sup> Efterhand kom fler lagar inom konsumentområdet, och några av dem kom



att omarbetas relativt omgående. Från statsmakternas sida hade man deklarerat att man inte skulle låta näringslivet diktera villkoren. Trots detta verkade man hysa en stor tilltro till näringslivets goda vilja när man stiftade lagarna, som hade stora inslag av frivillighet.<sup>49</sup>

Under 1970-talet hade föreställningen om konsumentens förmåga att göra rationella val alltså förändrats. Företagsekonomen Sören Bergström uttryckte det som att man från politiskt håll såg konsumenten som någon med ”bekymmersamma val”.<sup>50</sup> Den traditionella marknads-ekonomiska teorin hade under lång tid styrt synen på konsumenten, men efterhand hade insikterna ökat om att konsumentens köp sällan var så enkelt. En viktig aspekt var bristen på information. Det hade visat sig att för många varor och tjänster på marknaden hade producenten/försäljaren ett övertag vad gällde information. Det kunde handla om vitt skilda fält, från begagnade bilar, där det är svårt för köparen att på egen hand fastställa kvalitet i förhållande till pris, till tillsatser i mat, som först långt senare visade sig vara giftiga. Hårdraget kan man med utgångspunkt i den marknadsekonomiska teorin hävda att det slag av reglerande konsumentpolitik som tog form under 1970-talet inte skulle behövas. Med en förändrad syn på konsumenten och medvetenheten om informationsasymmetrier legitimerades i hög grad en aktiv konsumentpolitisk satsning.<sup>51</sup>

### **Hårdare kritik mot reklamen**

Under 1960-talet fick samhällsdebatten en tydligt politisk inriktning och kritiken mot de kommersiella krafterna inklusive reklamen var framträdande.<sup>52</sup> Enligt Sven Lindqvist ansågs hans bok då alltför tam och politiskt omedveten.<sup>53</sup> En andra debattvåg mot reklam startade, som varade in på 1970-talet.<sup>54</sup> Denna våg bidrog till att en omfattande utredning om reklam inleddes, där för övrigt Sven Lindqvist var en av ledamöterna. Reklamutredningen påbörjade sitt arbete 1966 och lade fram fem betänkanden från 1972 till 1974.

Ett område som åter var aktuellt var tevereklam, vilket utredningen avstyrkte. Huvudargumenten delades upp i tre kategorier: presspolitik, tevepolitik och konsumentpolitik. Vad gällde presspolitiken var huvudargumentet att tevereklam skulle riskera att påverka dagstidningarnas

ekonomi negativt. Eftersom deras situation redan var ansträngd var det olämpligt att äventyra detta ytterligare – pressen fyllde viktiga funktioner som nyhetsförmedlare och opinionsbildare. För tevepolitiken ställdes en rad skäl upp. Ett av dessa tog fasta på radiolagens stadgande om opartiskhet och saklighet som det centrala kravet i programverksamheten. Eftersom reklam kunde betraktas som starkt subjektiv skulle införande av tevereklam bli ett tydligt avsteg från dittills gällande programprinciper. Reklamen som sådan skulle inte heller tillföra något till programmen. Dessutom behövde tevereklamen konsumentupplysningen som en direkt motvikt. Det fanns därför en stor risk att den mest attraktiva sändningstiden skulle fyllas av en mycket stor del inslag om varor. Från det konsumentpolitiska perspektivet anfördes, liksom tidigare, att tevereklamen skulle ge konsumenterna sämre utgångspunkter för att göra väl avvägda val. Utredningen fastslog att tevereklam skulle medföra så stora skadeverkningar inom vart och ett av dessa områden att det inte gick att tillstyrka ett införande. En samlad bedömning utifrån alla tre perspektiven stärkte än mer övertygelsen.<sup>55</sup>

Ett annat område som skulle utredas var information i reklamen. Att konsumenterna hade tillgång till opartisk information var väsentligt. När VDN startade i början av 1950-talet var förhoppningarna höga, men verksamheten hade inte gett det genomslag som önskades. En väsentlig anledning var att varudeklarationerna skulle bygga på standardiserade provningsmetoder. Att arbeta fram sådana metoder tog lång tid och kostade pengar. Men de ekonomiska resurserna var begränsade och antalet nya varor som skulle normeras i systemet växte snabbare än metodutvecklingen gick framåt. En ytterligare brist var att de metoder som de facto utvecklades enbart var inriktade på varans egenskaper och inte dess funktion. Att systemet dessutom var utvecklat före konkurrenslagen från 1953 var också ett problem, för med lagen hade ju marknadsföringen flyttat från tillverkare till detaljhandel. I arbetet med varudeklarationerna ingick en dialog med tillverkarna, men man kunde inte kontrollera handelns agerande.<sup>56</sup> Och ambitionen att konsumentupplysningen skulle fungera som ett bra komplement till reklamen som informationskälla hade inte heller förverkligats, och skulle troligen inte heller göra det med de begränsade resurser som fanns tillgängliga. Reklamutredningen föreslog därför att det skulle

finnas en informationsskyldighet för reklamen. Marknadsföringslagen visade sig inte ge konsumenterna tillräckligt med information om de varor och tjänster som fanns på marknaden, och en skärpning av lagen skedde i mitten av 1970-talet. Men någon lagstadgad informationskyldighet blev det inte. I den nya marknadsföringslagen fanns i stället klausuler om informationsplikt och även förbud mot försäljning av skadliga och otjänliga varor. Den ursprungliga lagen hade byggt på frivillighet, och det ville man fortsätta med.<sup>57</sup>

### Konsumtionskritik ligger i tiden

*Råd & Rön* förändrades med den nya inriktning konsumentpolitiken tog. Att man inte längre satsade på varutester inom myndigheten innebär att dessa också i stort sett försvann i tidningen. Man lyfte blicken från hemmet ut mot samhället. Konsumenten skulle utgå från vad denne behövde, vilket hade varit en tydlig linje sedan mitten av 1960-talet, då tidningen hade börjat skriva om fler varor än de vanligaste hushållsapparaterna. Men under 1970-talet presenterades varor i tidningen tillsammans med uppmaningar att inte köpa. En elektrisk kniv konstaterades vara onödig: "Ingen behöver elkniven". Förutom att den var onödig så fungerade flera modeller dåligt. De kunde också vara farliga, inte minst för barn.<sup>58</sup> Tonläget hade höjts påtagligt. Men det handlade inte bara om de enskilda produkterna. När tidningen tog upp elkniven beskrevs den som en onödig del i en överbelastad helhet:

För att hushållsmaskiner ska vara praktiska ska de finnas tillgängliga. Alltid. Om man måste plocka bort och fram dem varje gång spar de inte längre tid och arbetskraft.

Konsumentupplysningen genom *Råd och Rön* ska inte bara informera om vilket märke jag ska välja av en vara. Utan också om jag ska välja något alls.

Om det redan är trångt i köket, om varan är opraktisk, om den inte fyller något viktigt behov. Då vill *Råd och Rön* avråda från köp.<sup>59</sup>

Texterna om elkniven blev en del av en större konsumtionskritik från tidningens sida. Det var vid denna tid vanligare att strukturella problem



## Bilden av vårt överflöd

Är någon av apparaterna på bilden övrig onödig? Om Konsumentverket skulle antyda det skulle alltid någon konsument protestera. Varje pryl har sina påbörjare och därför sin berättigande.

Någon tycker att kaffebyggaren är den mest onödiga apparaten de någonsin haft i sitt hem. Det vinnar brev till Råd och Rön om. Kaffet finns alltid till hands och kokar inte över.

Undersökningar har dock visat att det ibland går åt mer kaffe än vid vanlig bryggning.

Andra välgångar skärmaskinen som skär fina skivar till sista skalfen. Konsumentverket har nu funnit att man varken spar tid eller kraft med skärmaskinen.

En tredje tycker att hushålls tvättmaskinen är onödig med matberedningsmaskinen. Men det är inte maskinen i sig som spar pengar utan det faktum att man tar på sig mer hemarbete. De besparingen som förespeglas i reklamen är dessutom överskattade.

Maskinerna på bilden representerar tillsammans en stor investering ändå är detta bara en liten del av de elektriska hushållsapparater som finns på marknaden. På disklåset kunde det också finnas elektrisk kaffekvare, elektrisk knivspårare och elektrisk konservöppnare. De flesta av apparaterna spar varken tid, kraft eller pengar.

En och en har apparaterna kanske sitt berättigande. Problemet kommer när man skaffat ett flertal apparater. Då fungerar de inte längre som man

Är detta högt standard? Ett flertal hushållsapparater som ska hushålls hemarbetet samtidigt som utrymmena i köket är snart tilltagna och det är dåligt med uttag. Tillvarnarna gör det att apparaterna tillvärdras ett utrymme. Foto: Ailsa Berger

tänkt. Utan hamnar i en låda eller i ett skåp. Där de inte gör någon nytta.

Ett dåligt placerat kök har bara ett eller två uttag. Och dåligt placerade är förfärligt många kök.

Till dessa ynka uttag ska alla sladdar samlas. Arbetstytan i ett kök bör var minst 340 cm. I många kök är den betydligt mindre. På de värdefulla centimeterna placeras vi sedan sladdens apparater.

De stöjer inte bara arbetstytan utan förevårar också städningen. Det är svårt att toka av bänken med ett virrvarr av apparater och sladdar i vägen.

Därför skall apparaterna smidas.

För att hushållsmaskiner ska vara praktiska ska de finnas tillgängliga. Alltid. Om man måste plocka bort och fram dem varje gång spar de inte längre tid och arbetskraft.

Konsumentrikligheten genom Råd och Rön ska inte bara informera om vilket märke jag ska välja av en vara. Utan också om jag ska välja något alls.

Om det redan är inlagt i köket, om varan är snygg, om den inte fyller något viktigt behov. Då vill Råd och Rön avråda från köp.

På sidan 8 presenterar vi elkinnen. Den är en sådan vara. Köp den inte.

*Malin Holmquist*

Red & Rev 1977

Att fylla köket med hushållsapparater skulle inte göra hemarbetet enklare, allt fick ändå inte plats att vara framme samtidigt. Malin Holmquist, "Bilden av vårt överflöd", *Råd & Rön* 1977:3.

lyftes fram än den enskilda varan. I tidningen fanns också konkreta artiklar som visade att det förekom en dialog mellan Konsumentverket och näringslivet. Under rubriken "Parfymmerat mensskydd – så dumt!" utdömdes tydligt ett förslag om parfymmerade tamponger. Förvisso ansåg också företaget bakom inte heller att det var någon bra idé, men oroad sig för utländska konkurrenter och hade därför skrivit till Konsumentverket för att höra vad de tyckte om produkten. Verket tyckte

inte det var bra, och inte heller de representanter från Apoteksbolaget och Socialstyrelsen som hade intervjuats i tidningen.<sup>60</sup>

Statsmakternas engagemang för konsumentupplysningen nådde en topp under 1970-talet, och Konsumentverkets tilltro till sitt uppdrag var högt. Men samtidigt växte också insikten om att de ekonomiska möjligheterna var begränsade. Det man inte själv hade råd med fick bekostas från annat håll. Reklamutredningen hade föreslagit informationsplikt för reklamen, men inte fått gehör för det. När Konsumentverket bildades 1973 ingick i instruktionerna inte bara producentpåverkan, utan också att arbeta för att distributörer och marknadsförare skulle anpassa sin verksamhet efter konsumenternas behov.<sup>61</sup> Under 1970-talet började KO och Konsumentverket att utarbeta riktlinjer, de flesta med inriktning på hur information fick utformas samt på hälsa och säkerhet. Frivillighet var också här väsentligt och ambitionen var att utveckla riktlinjerna tillsammans med näringslivet för att få dem med sig i arbetet. Verksamheten skulle också inrymma en del av arbetet med varudeklarationer.

Från Konsumentverkets sida var förväntningarna höga på att riktlinjerna skulle få ett stort genomslag. Generaldirektören Sven Heurgren skrev i verkets facktidning i mitten av 1970-talet: ”Riktlinjerna skall rätt utformade påverka produkterna och informationen om dem i företagets marknadsföring på sådant sätt att konsumenterna utan att studera jämförande tester skall kunna träffa ett bra val”. Arbetet beräknades ta tid innan det var klart, och till dess kunde de jämförande varuprovningsarna fylla en funktion, sedan skulle de vara överflödiga.<sup>62</sup>

Vid samma tid tillsattes också en statlig utredning med ambitionen att öka insynen i företagets marknads- och produktplanering. Konsumentverket hade ju getts vidsträckta arbetsuppgifter, och en ökad öppenhet skulle förbättra möjligheterna att fullgöra dem, menade man från utredningens sida.<sup>63</sup> Men verket gavs inte bättre tillgång till företagets interna information, och riktlinjerna fick aldrig det förutspådda genomslaget. Att det blev ett regeringsskifte till en borgerlig regering är en förklaring till att förändringarna uteblev. En viktig orsak var att den för konsumentfrågor ansvarige ministern Staffan Burenstam Linder (M) inte var intresserad av konsumentfrågor, snarare negativt inställd. Vid den lågkonjunktur som rådde gjordes generella nedskärningar av

den statliga verksamheten och alldeles särskilt drabbades konsumentområdet.<sup>64</sup> Idén att konsumentupplysningen skulle kunna väga upp reklamen var inte längre en bärande tanke.

### Konsumentupplysningens gränser

I mitten av 1970-talet knöt företagsekonomen Olof Henell an till Albinssons, Tengelins och Wärneryds resonemang. De hade i *Reklam och konsumentupplysning* tagit upp faktorer – fysiska, psykologiska och socialpsykologiska – kring konsumtionens behovstillfredsställelse, men inte problematiserat dem i någon större omfattning. Överhuvudtaget var det ett förhållningssätt som präglade den svenska debatten om konsumtion och konsumentupplysning, menade Henell. Det rationella och praktiska betonades till förmån för aspekter som med stor sannolikhet spelade roll vid den faktiska konsumtionen.<sup>65</sup> Redan i utredningen *Kvalitetsforskning och konsumentupplysning* (1949) hade man konstaterat att det var svårt att på sakliga grunder jämföra många av de inköpsalternativ som stod till buds. Det kunde gälla så skilda val som att gå på bio eller att köpa en vara – vad var det mest förnuftiga? När det gällde mer jämförbara ting, som två liknande modeller av samma slags vara, var det också omöjligt att värdera alla aspekter. Materiella och funktionella egenskaper kunde objektivt mätas, men smak och utseende var högst subjektiva omdömen.<sup>66</sup> Samtidigt fanns under 1900-talets första hälft ideal som framhöll det ljusa och luftiga som eftersträvansvärt i hemmen. Kooperationen var en av de organisationer som var drivande i en fostran kring smak.<sup>67</sup> Svenska Slöjdföreningen var en annan.<sup>68</sup> Estetiska värden har inte varit parametrar för undersökningar hos Konsumentinstitutet och i *Råd & Rön*. Det kan ses som ett osynliggörande. För den skull innebar ju inte det att dessa aspekter inte existerade för den presumtive konsumenten, vare sig vad gällde de egna preferenserna eller i mötet med varor eller reklam. Beträffande det senare kunde man från tidningens och myndighetens sida – framförallt under Konsumentverkets tid – särskilt kritisera de aspekter av reklamen som vädjade till konsumenten vad gällde utseende och status. Det enda sätt estetiska värden togs upp på handlade således om att lära läsarna att genomskåda reklamens retorik.

I detta kapitel har jag visat hur statsmakterna såg konsumentupplysningen som motvikt till reklamen, och hur detta blev en av drivkrafterna bakom konsumentupplysningens utformning. Detta befästs i den långa rad utredningar som statsmakterna initierat, och de regleringar och förbud som de medförde. En genomgående linje under lång tid var ett behov av mer konsumentupplysning, som skulle täcka in de allt fler varorna på marknaden och göra konsumenterna mer medvetna.

Statliga utredningar under 1940- och 1950-talen förde fram nya verksamheter som Varudeklarationsnämnden 1951 samt Konsumentinstitutet och Statens Pris- och kartellnämnd 1957. Under de två perioder när den offentliga debatten om reklam var särskilt negativ inverkade detta på utvecklingen. Den första, i slutet av 1950-talet, bidrog till att reklam i teve inte infördes. Den andra, i slutet av 1960-talet och början på 70-talet, ledde till reklamutredningen, som ju också den medförde att reklam hölls utanför teverutan. I mellantiden rådde också en viss skepsis från statsmakternas sida mot reklamen då en föreslagen högre, statlig utbildning inom området förvandlades till en utbildning för objektiv konsumentupplysning.

Under 1970-talet stod det klart att statsmakternas satsningar och den inriktning man valt inte räckte. VDN lades ned och Konsumentinstitutet transformerades till Konsumentverket. Synen på konsumenten förändrades. Inriktningen på konsumentpolitiken förändrades till att i högre grad skydda konsumenterna genom lagstiftning, producentpåverkan och en konsumentupplysning som tog sikte på ett övergripande perspektiv i stället för de enskilda detaljerna. Tidsandan bidrog i hög grad till förändringen av konsumentpolitikens inriktning. För *Råd & Röns* del förändrades perspektivet från hemmafrun i hushållet till medborgaren i samhället. Och vad gällde reklamen räckte det inte längre med utförlig konsumentupplysning, konsumenterna skulle skyddas med lagstiftning och få lära sig att skärskåda reklamens budskap.

## Noter

1. John B. Thompson, *Medierna och moderniteten*, Göteborg 2001, s. 100–101; Jan Svensson, *Kommunikationshistoria. Om kommunikationsmiljön i Sverige under fem sekler*, Lund 1988, s. 114–116; Karl Erik Gustafsson, *Reklamens makt över medierna*, Stockholm 2005, s. 18.

2. Mats Ekdahl, *Människan, mediemångfalden och det öppna samhället. Historien om massmediernas pluralism och dess labyrinthiska processer*, Stockholm 2003, s. 223–225.
3. SOU 1949:18 *Kvalitetsforskning och konsumentupplysning. Betänkande avgivet av 1946 års utredning angående kvalitetsforskning och konsumentupplysning*, s. 18–19, 85.
4. Robert Östling, *Beteendekonomi och konsumentpolitik*, Stockholm 2009, s. 7–17.
5. Gunnar Eliasson & Roger Henning, *Konsumenten, politikerna och byråkratin. En studie av konsumentpolitikens framväxt*, Stockholm 1981, s. 65–67; SOU 1974:23 *Reklam V. Information i reklamen. Delbetänkande av reklamutredningen*, s. 66–67.
6. En mer ingående redovisning av forskning kring konsumentupplysning och konsumentjournalistik återfinns i Sophie Elsässer, *Att skapa en konsument. Råd & Rön och den statliga konsumentupplysningen*, Göteborg 2012, s. 14–19.
7. Tom Björklund, *Reklamen i svensk marknad 1920–1965. En ekonomisk-historisk återblick på marknadsförings- och reklamutvecklingen efter första världskriget*, II, Stockholm 1967, s. 866–882.
8. Elsässer 2012, s. 57–63.
9. SOU 1949:18 *Kvalitetsforskning och konsumentupplysning*, s. 10–19.
10. SOU 1949:18 *Kvalitetsforskning och konsumentupplysning*, s. 10–19.
11. SOU 1949:18 *Kvalitetsforskning och konsumentupplysning*, s. 70–74.
12. SOU 1949:18 *Kvalitetsforskning och konsumentupplysning*, s. 86–90.
13. SOU 1949:18 *Kvalitetsforskning och konsumentupplysning*, s. 78–79.
14. SOU 1973:20 *Varudeklaration – ett medel i konsumentpolitiken. Betänkande av utredningen om varudeklarationsutredningen*, s. 35–44.
15. Lennart Schön, *En modern svensk ekonomisk historia. Tillväxt och omvandling under två sekel*, Stockholm 2000, s. 381–401.
16. Schön 2000, s. 393–402.
17. Gustafsson 2005, s. 35–37. Kjell Nowak & Gunnar Andrén, *Reklam och samhällsförändring. Variation och konstans i svenska populärpressannonser 1950–1975*, Lund 1982, s. 33–34. Samtidigt inrättade den statliga myndigheten Näringsfrihetsombudsmannen och det domstolsliknande Näringsfrihetsrådet, med uppgift att se till att den nya lagen följdes.
18. SOU 1955:16 *Pris och prestation i handeln. Varudistributionsutredningens betänkande*, s. 14–17, 23–27, 33–35.
19. H 1955 *Promemoria angående konsumentvaruforskning och konsumentupplysning med vissa förslag rörande organisationen och finansieringen av den statliga eller statsunderstödda verksamheten på området*, [Gunnar Hambræus och Gösta Wiedesheim-Paul] Handelsdepartementet, s. 11–13b. Det formella namnet på Konsumentinstitutet var Statens institut för konsumentfrågor.
20. Elsässer 2012, s. 50–52; Ds Fi 1984:15 *Konsumentinflytande och konsument-*



- organisering. *Den svenska modellen. Rapport till Konsumentpolitiska kommittén*, s. 53–59. Vilka olika åsikter det fanns inom respektive grupp framgick vanligen inte, utom vid särskilda reservationer. Vad olika instanser hade för egna idéer kunde dock ses i samband med att statliga utredningar gick ut på remiss för kommentarer.
21. SOU 1971:37 *Konsumentpolitik – riktlinjer och organisation. Betänkande avgivet av Konsumentutredningen*, s. 191.
  22. Centrala rådet för lokala konsumentkommittéer, *Rapport om försöksverksamheten med lokala konsumentkommittéer 1967–1970*, Stockholm 1971, s. 51.
  23. Elsässer 2012, s. 83–86.
  24. Ulla B. Abrahamsson, *I allmänhetens tjänst. Faktaprogram i radio och television 1955–1995*, Stockholm 1999, s. 178–180. SOU 1964:54 *Konsumentupplysning i televisionen. Betänkande avgivet av arbetsgruppen för konsumentupplysning inom 1960 års radioutredning*, s. 110–120.
  25. Ingrid Samuelsson, ”Konsumentupplysning och reklam”, *Sveriges Radio Årsbok* 1960, s. 114–118. Djupfrysingsbyrån är en branschorganisation för företag som tillverkar och hanterar djupfryssta livsmedel, samt olika slag av frysutrustning.
  26. Sven Lindqvist, *Reklamen är livsfarlig. En stridsskrift*, 1957; Skarpnäck 2001, s. 85–87, 115–119.
  27. Lindqvist 2001, s. 13–14.
  28. Björklund 1967, s. 973–984.
  29. Tomas Gröndal, *Reklamkostnadsutvecklingen 1975–1984*, Göteborg 1985, s. 37; Tomas Gröndal, *A preliminary investigation into the causes and effects of the rise and fall of advertising expenditures in Sweden*, Göteborg 1986, s. 15–16.
  30. SOU 1965:20 *Radions och televisionens framtid i Sverige. I Bakgrund och förutsättningar, programfrågor, organisations- och finansieringsfrågor, 1960 års radioutredning*, s. 36–37.
  31. Elsässer 2012, s. 130–132; Elin Gardeström, *Att fostra journalister. Journalistutbildningens formering i Sverige 1944–1970*, Göteborg 2011, s. 177–183.
  32. SOU 1964:4 *Effektiva konsumentupplysning. Betänkande avgivet av Konsumentupplysningens utredningen*, s. 38–44.
  33. Elsässer 2012, s. 156–158.
  34. Britt Hultén, *Massmedieretoriska mönster i journalistiken. Exempel från 30-tal till 90-tal*, Lund 2001, s. 68.
  35. ”Pröva dina skäl innan du köper”, *Råd & Rön* 1966:10, s. 3.
  36. ”Pröva dina skäl innan du köper”, *Råd & Rön* 1966:10, s. 3.
  37. ”Luftfuktare. Aktuella undersökningsresultat och expertsynpunkter”, *Råd & Rön* 1965:2, s. 4–12.
  38. SOU 1968:58 *Konsumentupplysning. Principer och riktlinjer. Betänkande av 1963 års konsumentupplysningskommitté*, s. 40–43.

39. Göran Albinsson, Sten Tengelin & Karl-Erik Wärneryd, *Reklam och konsumentupplysning. En analys av deras roll som informationskällor – med kritik och förslag*, Stockholm 1965, s. 85. Albinsson var vid denna tid forskare vid Industriens utredningsinstitut, Tengelin direktör för Näringslivets opinionsnämnd och Wärneryd professor i ekonomisk psykologi.
40. Albinsson, Tengelin & Wärneryd 1965, s. 9.
41. Albinsson, Tengelin & Wärneryd 1965, s. 24, 32.
42. Åke Ortmark, *Sveket mot konsumenterna*, Stockholm 1963, s. 96–97.
43. Ortmark 1963, s. 82–85.
44. Albinsson, Tengelin & Wärneryd 1965, s. 34–36.
45. Solveig Eriksson, *Märkesvarureklam och konsumentupplysning i dags- och populärpress. En kvantitets- och kostnadsjämförelse*, Stockholm 1970.
46. Eliasson & Henning 1981, s. 39–42.
47. Björklund 1967, s. 930–947; SOU 1949:18 *Kvalitetsforskning och konsumentupplysning*, s. 84–85.
48. Elsässer 2012, s. 188–191.
49. Elsässer 2012, s. 188–189.
50. Sören Bergström, *Konsumtionen som växte. Om spelregler för konsumenter och företag i blandekonomin*, Stockholm 1981, s. 72–77.
51. Östling 2009, s. 7–17; Elsässer 2012, s. 182.
52. SOU 1972:7 *Reklam II. Beskrivning och analys. Delbetänkande av reklamutredningen*, s. 25–26.
53. Lindqvist 2001, s. 14.
54. Gröndal 1985, s. 37; Gröndal 1986, s. 15–16.
55. SOU 1973:10 *Reklam III. Tv-reklamfrågan. Tv-reklam, ljudradioreklam, statistik, utbildning, forskning. Delbetänkande av reklamutredningen*, s. 1–21, 143–158.
56. SOU 1973:20 *Varudeklaration – ett medel i konsumentpolitiken*, s. 35–44, 67.
57. SOU 1974:23 *Reklam V. Information i reklamen*, s. 13–21; Per Fjellström & Britta Ring, *Rödluan behöver inga råd, sa vargen. En orättvis betraktelse över konsumentpolitiken*, Stockholm 1982, s. 101–102.
58. Anna Lisa Callius, ”Ingen behöver elkniven”, *Råd & Rön* 1977:3, s. 8–9.
59. Malin Holmquist, ”Bilderna av vårt överflöd”, *Råd & Rön* 1977:3, s. 3.
60. Anna-Britta Ståhl, ”Parfymerat mensskydd – så dumt!”, *Råd & Rön* 1979:2, s. 3.
61. Kungl. Maj:ts instruktion för konsumentverket; given Stockholms slott den 1 december 1972, SFS 1972:739. Liknande skrivelser fanns kvar i verkets instruktion fram till 1995, därefter fanns fram till 2007 en något vagare formulering.
62. Sven Heurgren, ”Det räcker inte med upplysning!”, *Konsument – rätt & ekonomi* 1977:1, s. 6–7.

63. SOU 1979:5 *Konsumentinflytande genom insyn? Rapport från Insynsutredningen*, s. 93–95.
64. Elsässer 2012, s. 266–268, 270–272; Ds Fi 1984:15 *Konsumentinflytande och konsumentorganisering*, s. 66–72. Arbetet med riktlinjerna fortsatte också under 1980-talet och utvecklades i viss mån, men inte på det genomgripande sätt som hade önskats. Staffan Burenstam Linder var handelsminister under två perioder under de sex år Sverige hade ett borgerligt styre 1977–1982.
65. Olof Henell, *Konsumtion och sådant. Socialpsykologiska och psykologiska aspekter på konsumtion och marknadsförande*, Stockholm 1973, s. 36–45.
66. SOU 1949:18 *Kvalitetsforskning och konsumentupplysning*, s. 14–15.
67. Peder Aléx, *Den rationella konsumenten. KF som folkuppfostrare 1899–1939*, Stockholm 1994, s. 180–188.
68. ”Svensk Form”, [www.ne.se/lang/svensk-form](http://www.ne.se/lang/svensk-form) (7/6 2013).

# En länk i enhetlighetens kedja

*Blanketter i kontorets pappersmaskineri*

CHARLIE JÄRPVALL

”Blanketten är kontorets viktigaste hjälpmedel”, skrev Bertil Nyströmer – vid den tiden knuten till Åtvidabergs industrier – i sin bok *Kontorsorganisation* från 1949.<sup>1</sup> Detta var en tid då antalet blanketter i större koncerner räknades i tusental och förvaltades av separata avdelningar. I litteratur och tidskrifter om kontorsorganisation cirkulerade ord som blankettraseri, blankettgrönt, blankettsinne och blankettekonomi. Blanketten var så viktig för arbetet att när försäkringsbolaget Thulebolagen byggde nytt kontor i slutet av 1930-talet utformades planlösningen efter hur papper skulle kunna distribueras i kontorsrummet.<sup>2</sup> Även Bertil Nyströmer såg i sin bok klara paralleller mellan blanketten och kontorsbyggnaden. Den standardiserade blankettens format styrde måtten på skrivbord och lagringsutrustning. Kontorshuset var i sin tur en multipel av en sådan arbetsplats, vilket enligt Nyströmer ledde till slutsatsen att man ”bygger huset kring blanketterna”.<sup>3</sup>

I dag sker som bekant majoriteten av kommunikationen på kontor via e-post, men runt mitten av förra sekelskiftet, på det ännu inte datoriserade kontoret, utgjorde telefonen och blanketten de vanligaste medieformerna. För att e-posten ska fungera krävs ett system av servrar, klienter, kablar, mjukvaror och protokoll. Kommunikationssystemet som byggde på papper och bläck, i stället för kisel och bytes, krävde en helt annan sorts apparat för att producera, överföra och lagra information. Skrivbord, arkivskåp, transportband och skrivmaskiner utgjorde infrastrukturen för de stora mängder papper som cirkulerade på kontoren. Det är i ljuset av detta som man ska förstå Nyströmers

lite tillspetsade resonemang om förhållandet mellan blanketten och byggnaden. För att systemet skulle fungera optimalt skulle dessa möbler, maskiner och papper vara anpassade till varandra.

Blankettmediet kunde också – som jag visar här – vara ett viktigt verktyg för att styra, organisera och effektivisera kontorsarbetet. Den rationaliseringsverksamhet som präglade kontorssektorn under första halvan av förra seklet i Sverige tog på 1940-talet sikte på pappersmediet. En del av detta var utarbetandet av ett standardformat för papper 1946 (SIS 735001), en standard som också infördes inom statens myndigheter.<sup>4</sup> Standarden innebar förenklat att de tidigare använda folio- och kvartoformaten ersattes med A4. Parallellt med, och på grund av, denna förändring av formaten började man även att diskutera och genomföra en standardisering av blanketter. Syftet i detta kapitel är att analysera hur idéer om kontoret och kontorsarbetet uttrycktes i denna diskussion. Mer specifikt undersöker jag en aspekt av blankettens roll i kommunikationen: föreställningar om hur kontoristernas skrivande kunde formas och effektiviseras genom blankettmediet.

Med blanketten som exempel vill jag visa på den täta sammankopplingen mellan arbete och medieteknologi, och framförallt hur medier ges en potential att kunna göra arbete mer effektivt. Kopplat till en mer övergripande historisk process bygger denna uppfattning på en förväntan att medier ska kunna tygla det informationsöverflöd som upplevs präglade tillvaron. I 1940-talets Sverige kunde det handla om att standardisera blanketter, i dag handlar det oftast om att fasa ut analog medier till förmån för digitala plattformar. Ett nutida exempel på detta är de effektivare möten som svenska kommunpolitiker förspås kunna hålla om bara alla utrustas med en läsplatta.<sup>5</sup> Förhållandet mellan medier och information karakteriseras, enligt Stefan Müller-Ville och Isabelle Charmantier, av vad de kallar en ”besynnerlig dynamik”. Ett växelspel där nya teknologier för att hantera informationsöverflöd samtidigt också skapar möjligheten att producera ännu mer information, vilket i sin tur skapar ytterligare informationsöverflöd.<sup>6</sup>

## Kontorets materiella mediehistoria

I min analys av blanketten fokuserar jag på hur kommunikationens materiella förutsättningar formades och förändrades genom mediet. I det mediehistoriska forskningsfältet ansluter detta perspektiv närmast till en materialistisk medieteoretisk forskningstradition. Jussi Parikka benämner denna tradition – som samlar namn som Friedrich Kittler, Bernhard Siegert och Wolfgang Ernst – ”hårdvaruteori”, vilket innebär att apparater och programmeringskod intar en central position för förståelsen av medier och deras konsekvenser.<sup>7</sup> I sin mest tillspetsade form innebär detta ett teknikdeterministiskt sätt att se på världen, med rötter hos Marshall McLuhan, emblematiskt uttryckt i Kittlers påpekande att ”medierna bestämmer vår situation”.<sup>8</sup> Sättet att se på medier som determinerande ger i detta kapitel en relief till uppfattningen hos de aktörer som deltar i diskussionen och utformningen av blanketten.

Att analysera medier utifrån ett materiellt perspektiv görs naturligtvis inte bara av dessa forskare. Ben Kafka konstaterar i en översikt av studier under paraplytermen ”paperwork” att historiker, antropologer och forskare med angränsande perspektiv under senare år åter försökt sätta fokus på ”byrå” i forskningen om byråkratier. I forskarnas blickfång är ”pennor, papper och maktens andra råmaterial”, de skriftteknologier, eller om man så vill hårdvara, som utgör kommunikationens materiella förutsättningar.<sup>9</sup> Exempel på studier inom detta perspektiv är Kafkas egen bok *The demon of writing. Powers and failures of paperwork* där diskrepansen mellan den verkliga verkligheten (*actual reality*), såsom den uppfattas av människor, och den byråkratiska verkligheten, såsom den delges via rapporter och protokoll, är i fokus.<sup>10</sup> Perspektivet här är ett annat: jag studerar den faktiska verklighet som arbetet med att sammanställa dokumenten utgör, inte pappersprodukternas representationer av verkligheten. I så måtto liknar detta vad som med Peter Beckers och William Clarks terminologi karakteriseras som ”little tools of representation”, byråkratins råmaterial, de verktyg som medierar samlandet och lagrandet av kunskap i ett samhälle under en viss tid, och som också påverkar vad som är möjligt att lagra.<sup>11</sup> Denna karakteristik av medier kan ses i analogi med Michel Foucaults arkivbegrepp

– det system av utsagor som utgör ”lagen för vad som kan sägas” vid en viss historisk tidpunkt – fast här handlar det om lagen för vad som kan skrivas.<sup>12</sup>

### Kontorsarbetets utveckling under tidigt 1900-tal

Sedan slutet av 1800-talet hade utvecklingen inom kontorsområdet varit betydande både vad det gällde skala och komplexitet. Allt fler människor hade kontoret som arbetsplats, och tjänstemannasektorns andel av den totala arbetskraften i Sverige växte från 8 till 35 procent mellan 1910 och 1960.<sup>13</sup> Samtidigt rationaliserades och mekaniserades kontoret och kontorsarbetet. Och som Delphine Gardey påpekat blev administrativt arbete allt mer medierat i och med denna mekanisering.<sup>14</sup>

Oskar Sillén, professor på Handelshögskolan i Stockholm, skrev 1938 i inledningen till en lärobok i kontorsorganisation att utvecklingen inom det kontorstekniska området accelererat efter första världskriget. ”Man kan nästan tala om en revolution av kontorsarbetet.”<sup>15</sup> Fokus för effektiviseringen av kontoret under seklets två första årtionden var, enligt Sillén, inriktat på maskinella anordningar såsom olika skriv-, räkne- och sorteringsmaskiner. Men från 1930-talet och framåt hade intresset förskjutits mot ”de viktiga ’administrationens länkar’, som blanketter av skilda slag representera”.<sup>16</sup>

Rationaliseringen och effektiviseringen av kontoret med hjälp av blanketter uttrycktes bland annat genom att staten 1948 tillsatte en utredning om blanketthanteringen inom myndigheterna, Blankettkommittén (BK48). Tre år tidigare hade det som då kallades Sveriges standardiseringskommission (SIS) under Grafiska standardiseringskommittén (GSK) tillsatt Blankettnormskommittén för att föreslå standarder för blankettens utformning i näringslivet. Kommittéerna delade både målsättning, en mer enhetlig och standardiserad utformning av blanketterna, och ledamöter då fler personer ingick i båda. År 1952 utgavs också handboken med den talande titeln *Rationella blanketter* i samarbete mellan dessa två kommittéer. I denna handbok summerades resultaten av vad man kommit fram till samt presenterades riktlinjer och råd för arbetet med blanketter. På så sätt blev näringslivets och

statens kommunikationsproblem en gemensam fråga, vilket gör *Rationella blanketter* till en viktig källa för kunskap om utvecklingen på blankettområdet under perioden.

Det var dock inte bara i dessa två sammanslutningar som blanketten var föremål för diskussion och utvecklingsarbete. I den litteratur från mitten av förra seklet som behandlar kontorsorganisation finns blanketten med som ett självklart inslag. Litteratur inom detta fält tog ett brett grepp på kontorsarbetet med allt från den organisatoriska strukturen, kontorstekniska hjälpmedel och hur personal skulle rekryteras till hur möbler skulle utformas.<sup>17</sup> Blanketten diskuterades också i flera tidskrifter, kopplade både till den grafiska industrin och till kontorssektorn. Två skribenter som var aktiva i fackpressen var Håkan Tångeberg och Gunne Nyberg. Båda var verksamma som chefer för blankettavdelningar på två svenska företag, ASEA respektive Åtvidabergs industrier, vilket innebar att de också hade möjlighet att tillämpa sina idéer i praktiken. De var också aktiva i det nationella arbetet med blankettstandardiseringen, Tångeberg som en av utredarna i BK48 och Nyberg som medlem av SIS Blankettnormskommitté, något som utgjorde ytterligare en plattform för att gå från teori till praktik. Företag inom den kontorstekniska sektorn, som Esselte och Åtvidabergs industrier, gav ut skrifter vilka samtidigt som de gjorde reklam för företagets produkter, också gav allmänna råd om hanteringen av blanketter. Från 1940-talet och framåt publicerades också flera standarder på blankettområdet av SIS. Denna produktion och det arbete som lades ned på att diskutera blankettens utformning fick den inledningsvis citerade Bertil Nyströmer att hävda: ”På blanketteknikens område har nedlagts ett utomordentligt forskningsarbete och kanske står Sverige främst i dag med avseende på standardisering i förening med ändamålsenliga, arbetsförenklade uppställningar.”<sup>18</sup>

I kölvattnet av denna utveckling av standardisering och rationalisering skedde, som historikern Mats Greiff visat, en proletarisering och feminisering av kontorsarbetet. De förändringar som tayloriseringens pådrivare proklamerade som framsteg innebar ur ett arbetarperspektiv en degradering till följd av arbetsdelningen och införandet av ny teknik. Med Greiffs ord blev ett ”fåtal beslutsfattare medan majoriteten blev verkställare”. Då arbete alltmer betraktades som okvalificerat försäm-



rades genomsnittslönen jämfört med andra grupper och karriärmöjligheterna begränsades.<sup>19</sup>

### Skrivandets assemblage

Om kontorister har John Brewer påpekat att ”ingen grupp kan någonsin ha skrivit så mycket och samtidigt förblivit så anonyma”.<sup>20</sup> John Guillorys förklaring till detta är att kontoristers skrivande varken kan karakteriseras som vetenskapligt eller litterärt, utan främst utförts för att överföra information. Med detta menas det skrivande som många utför varje dag genom att fylla i blanketter, skriva rapporter eller skicka brev. Guillorys begrepp för detta är *informational writing*, som avser skrivandet som genre och innehåll – det vill säga den språkliga och retoriska strukturen.<sup>21</sup> Runt sekelskiftet 1900 skedde enligt Guillory ett paradigmskifte i den byråkratiska prosans retorik, som nu skulle karakteriseras av korthet och klarhet i stället för 1800-talets utblommande retorik; exempelvis ersattes de långa hälsningsfraserna av det betydligt kortare ”Till” och ”Från”. En följd av denna tendens att skriva kortare och mer kärnfullt, och med ett tydligare fokus på informationsöverföring, var uppkomsten av vad Guillory kallar ”new techniques of economizing transmission”. Den standardiserade blanketten är en sådan ny teknik som ”discarded the connective tissue of sentences and paragraphs” för att överföra information, när de löpande texternas fullständiga satser ersattes med rutor att fylla i och bocka av.<sup>22</sup> Guillory ser alltså det retoriska skiftet som en förutsättning för utformandet av nya sätt att strukturera blanketter. Jag menar att förhållandet också kan ha varit det omvända: nya skrivytter kunde också skapa nya skrivsätt. För att få syn på detta är Delphine Gardeys begrepp ”mekaniserat skrivande” en produktiv utgångspunkt, det vill säga skrivande som en materiell och kroppslig process. Detta innebär att analytiska variabler kopplade till skrivaktens fysiska förutsättningar lyfts fram, snarare än den retoriska språkhanteringen, såsom apparater (skrivmaskinen), metoder (stenografi och touchmetoden) och den mänskliga kroppen (sittställning eller fingersättning).<sup>23</sup>

Kontoristerna som utförde detta mekaniserade skrivande var nästan uteslutande kvinnor. Det var kvinnorna – och specifikt maskinskriver-

skorna – som skrev rent brev, skrev ut fakturor, överförde diktafoninspelningar och stenograferade anteckningar till papper. Andelen kvinnor som arbetade på kontor hade ökat stadigt från 1900-talets början, mycket på grund av att de utgjorde en billig arbetskraft och ansågs lämpade för enklare arbetsuppgifter.<sup>24</sup> Enligt 1945 års folkräkning utgjorde kvinnor 43,7 procent av de cirka 700 000 tjänstemännen i Sverige, vilket innebar att var tredje förvärvsarbetande kvinna hade tjänstemannaställning.<sup>25</sup> Förutom att maskinskrivning var en arbetsuppgift av lägre rang var skrivmaskinen som teknologiskt objekt genuskodad. Maskinskrivning var kvinnligt, och maskinen som sådan var feminiserad. Denna genuskodning skedde kort efter det att skrivmaskinen kommit ut på marknaden i slutet av 1800-talet, och berodde initialt på den visuella kopplingen till både symaskinen och pianot.<sup>26</sup>

Maskinskriverskan och skrivmaskinen var alltså två viktiga aktörer i skrivandet. Som en helhet bildade de ett skrivande *assemblage* där sammansmältningen av de två aktörerna visar sig i själva beteckningen maskin-skriverska/skriv-maskinist: hälften människa och hälften maskin. I det engelska ordet har denna sammansmältning blivit fullständig då *typewriter* både avser maskinen och den som skriver på den.<sup>27</sup> Kopplingen till maskinmetaforen tydliggjordes också i hur skrivandet omnämndes. I stället för att skriva och läsa användes ofta termerna ”utskriva” och ”avläsa”, verb som pekade mot ett mekaniskt sätt att se på skrivande.

Även blanketten kunde ses utifrån maskinmetaforen. Gunne Nyberg skrev att blanketten var ”en kugge som påverkas av och påverkar andra kuggar”, och han fortsatte: ”Finner man anledning att ändra denna kugge, bör man ändra de övriga på motsvarande sätt, annars börjar maskineriet att halta. Brevpappret *är* en blankett [...] en länk i enhetlighetens kedja.”<sup>28</sup> Kuggar, kedjor och maskiner: blanketten och kontoristen utgör delar i ett mekaniskt system där de olika delarna är beroende av varandra för att fungera så smidigt som möjligt.

Den som skrev ut blanketten var alltså oftast en kvinna och den som utformade dem – ”blanketteknikern”, eller ibland även kallad ”blankettmannen” – alltid just en man. Det var inte bara utformningen av mediet som männen styrde. Skrivmaskinens utbredning i kontorsarbetet fick enligt John Agar till följd att skapandet av dokumentets

innehåll och dess reproduktion separerades: chefen stod för innehållet intellektuellt sett och maskinskriverskan stod för dess realisering på papper.<sup>29</sup> Blanketten var också ett maktmedium på organisationsnivå. I Esseltes *Blanketthandbok* beskrivs blanketten ”som ett av företagsledningens viktigaste hjälpmedel för att dirigera och kontrollera företaget ifråga”, och det refereras till en företagsledare, i en ”välorganiserad koncern”, som inte behövde sysselsätta sig med det dagliga rutinarbetet eftersom han ”standardiserat samtliga arbetsmoment med hjälp av skriftliga arbetsinstruktioner och blanketter”.<sup>30</sup> Så övervakningen av arbetet överfördes till mediet, genom vilket företagsledningen var ständigt närvarande i varje skrivmoment, en kontroll på mikronivå som resulterade i att makt utövades på makronivå. Kontrollen systematiserades genom blankettmediet.

### Blanketten i nedskrivningssystemet

Det tidigaste belägget i *Svenska Akademiens ordbok* (*SAOB*) för ordet blankett – som möjligen härleds till *blanc*, franskans ord för vit – kommer från 1535. Enligt *SAOB*:s definition är blankett här ett ”med namnunderskrift l. sigill försedt oskrivet papper på hvilket innehafvaren äger skriva hvad han vill”. I sin mer moderna form, med ett första belägg från 1818, avses med blankett ”papper hvarpå de allmänt brukliga ordalagen till vissa handlingar äro tryckta l. skrifna med rum lämnadt för det som för hvarje särskildt fall behöfver ifyllas”. Från dessa definitioner över *Nordisk familjeboks* (1905) ”papper, som innehåller endast en del af sitt tillämnade innehåll, med tomrum för det öfriga, hvilket ifylles, då papperet skall begagnas” till *Nationalencyklopedins* (1990), ”trycksak med viss text och linjering, avsedd att fyllas i med

Denna ursprungligen av Esselte publicerade bild visar blankettens livscykel från pappersbruk och tryckeri till arkiv. Bilden kan också läsas som ett flödesschema över kontorsmaskinen där blanketten cirkulerar mellan olika noder i systemet. Ur Bertil Nyströmer, *Kontorsorganisation*, Stockholm 1949, s. 461.

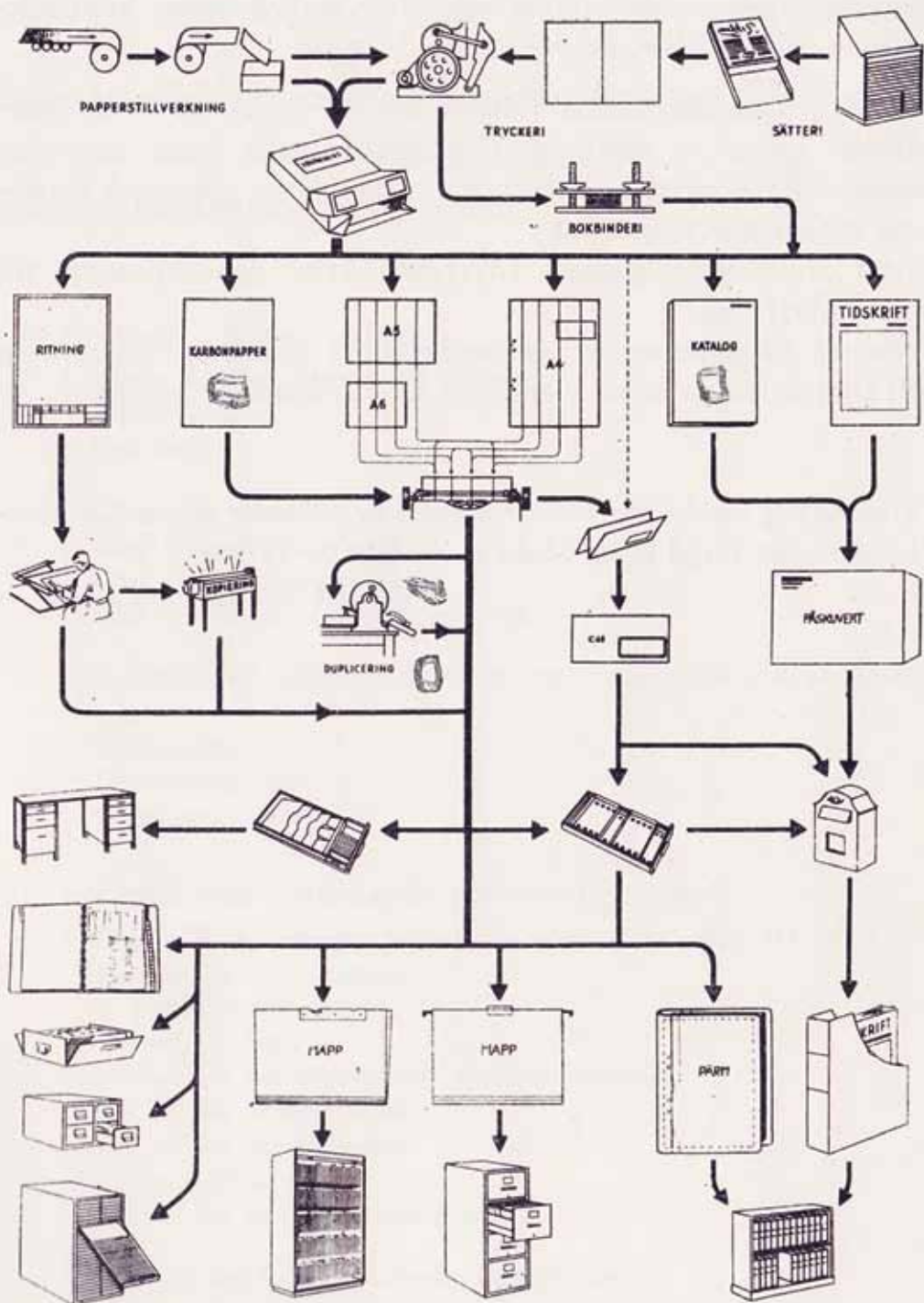


Fig 33 »Blankettsammanhang» (797) (ur Esselte Kalendern 1947)

olika uppgifter”, kan man konstatera att definitionen av ordet blankett är tämligen stabil över tid.<sup>31</sup> Vad dessa nedslag i blankettens moderna definitionshistoria har gemensamt är att blanketten (1) är av papper, (2) har förtryckt eller förfylld text och linjeringar som skapar (3) tomrum för den text som ska fyllas i, samt (4) att blanketten i sig är ofullständig innan text fylls i i dessa tomrum. Alla dessa definitioner säger egentligen inte så mycket om blankettens funktion eller vilken sorts dokument det handlar om eller i vilket sammanhang de finns. Vad definitionerna också missar är den centrala funktionen hos mediet att styra både vad som är möjligt att skriva på pappret och hur det kan utföras.

Blankettmediet utgjordes alltså av ett papper med på förhand ifyllda eller tryckta element. Dessa bestod dels av olika slags text som rubriker, ledord och identifikationsuppgifter, dels av olika former av grafiska element, såsom linjer och rutor som avgränsade och skapade tomma ytor där texten skulle fyllas i. Genom detta tryck styrdes både vad som kunde skrivas och hur det skulle utföras. Blanketten skulle även innehålla metainformation, som beskrev både blankettens innehåll och dess plats i blankettsystemet, samt också instruktioner för hur blanketten tekniskt skulle fyllas i. Enligt ett förslag skulle detta åstadkommas genom en kod som placerades i sidhuvudet, exempelvis M, R 2, Tab 1, vilket skulle utläsas som att blanketten skulle fyllas i med skrivmaskin (M), att radhöjden skulle vara två radsteg (R 2), och att tabulatorn skulle ställas in på standardtabulatur (Tab 1). Detta gick under benämningen ”*instruktioner för blankettens tekniska ifyllande*, kopiering, distribution och behandling”.<sup>32</sup>

Fokus för diskussionen kring blankettens utformning var på hur olika uppgifter skulle placeras på pappret, och hur denna uppställning passade ihop med det sätt på vilket man kunde navigera över pappersytan med skrivmaskinen. Slutpunkten man tänkte sig var en standardblankett där olika element såsom identifikationsuppgifter, ifyllningsfält, rubriker, blankettnummer och meddelande fanns på samma plats oavsett vad blanketten skulle användas till. Från denna utgångspunkt fördes diskussioner där blankettens alla olika element granskades med avseende på hur de borde utformas och standardiseras. Ett exempel på detta är de tre standarder som togs fram för hur och var adresser skulle

skrivs: SIS 732601 *Postadress och indelning av kuvertyta*, SIS 732611 *Adressfältets dimensioner* och SIS 732612 *Adressfältets placering på blankettytan*. På ett lika uttömmande sätt ägnade Håkan Tångeberg den fem sidor långa artikeln ”Sätt kryss [x] i rutan” i *Kontorsvärlden* 1948 åt att argumentera för ett ökat användande av ”kryssrutan” som grafiskt element, i stället för ”de traditionella förrådiska strykningssystemen”. Att bruket av kryssrutor inte fått genomslag i Sverige såg Tångeberg som ett tecken på ”bristande svenskt blankettsinne” då användningen av överstrykning inte gav ett prydligt intryck, försvårade tolkningen av meddelandet samt innebar att onödigt många typnedslag och typskiften på skrivmaskinen behövde göras.<sup>33</sup> Diskussionen om blankettens utformning låg ofta på denna detaljerade nivå. Som Bosse Sundin har visat hade viljan att reglera på mikronivå, från maskinskriverskornas sittställning till registrens utformning, sin motsvarighet också på makronivå, med omorganisering och rationalisering av organisationstyper och avdelningar. Med rationell kontorsteknik, på båda dessa nivåer, skulle det kaos som rådde bland formulär, blanketter och stökiga skrivbord bemästras.<sup>34</sup>

En viktig tanke var alltså att organiseringen på mikronivå spelade stor roll för organisationen och arbetet i stort. Kontoret beskrevs som ett komplext system, som utgjordes av såväl mänskliga, maskinella som organisatoriska enheter, där blanketterna var den huvudsakliga bäraren av information inom detta system. Målet var att enheterna skulle harmoniera för att arbetet, det vill säga kommunikationen, skulle ske så effektivt som möjligt. Kontoret utgjorde med Kittlers begrepp ett *nedskrivningssystem*. Att skriva på blanketten var att skriva i detta nedskrivningssystem där blankettens olika delar var kopplade till kontorets olika delar (jämför föregående bild). Emblematiskt utarbetade GSK också en rekommendation för ”systematisk maskinskrivning” (GSK 732405). I denna fanns detaljerade instruktioner för hur ett dokument skulle ställas upp grafiskt med rubriker, löptextens längd, standardplatser för olika återkommande uppgifter men också handfasta tips om hur pappret skulle sättas i maskinen.<sup>35</sup>

Inte bara kontoret beskrevs som ett system utan även blanketterna i sig utgjorde ett system – ofta omnämnt som *blankettssystemet*. Detta på kontoret lokala system utgjordes av summan av alla blanketterna och

deras inbördes relationer till varandra. I kontorens utvecklingsarbete omnämndes arbetet med att utveckla detta blankettsystem som ”blankettrevision”.<sup>36</sup> Blankettsystemet och kontorssystemet skulle spegla varandra, eftersom i idealfallet var varje handling (verb) kopplad till en handling (substantiv), för att tala med Cornelia Vismann.<sup>37</sup> Ett exempel på detta är det urval av ASEA:s 7 000 blanketter som Håkan Tångeberg presenterade i en artikel i *Grafiskt forum*:

rapport om inträffad eldsvåda; kvitto på privata telefonsamtal; cirkulationslista för tidskrifter; järnvägsvagnsbeställning; rapport över mätaravläsningar i ångcentralen; studieanmälan till företagets korrespondensundervisning; operationskort för stansning av statorplåtkärnor; anmälan från aktieägare om ändrad adress; anmälan om gjord uppfinning; lista över ej avhämtade avlöningskuvert; anmälan om montörs återkomst från tillfällig utlandsvistelse.<sup>38</sup>

Blanketterna fick inte bli ”en godtycklig samling papper” utan skulle sammanlänkas till ett smidigt arbetande system, som det uttrycktes i Esseltes *Blanketthandbok*.<sup>39</sup> Att se kontoret och/eller blanketterna som system uppbyggda av standardiserade enheter innebär, med Bernhard Siegert, att förbigå människan som utgångspunkt och ersätta denna med systemet. Agensen läggs på systemnivån och individen underställs dess struktur.<sup>40</sup>

### Kontorets löpande band

Intresset för detaljer i utvecklingen av blankettstandarder var en konsekvens av den spridda uppfattningen att kostnaden för blanketter huvudsakligen inte låg i inköp utan i användandet av dem, det vill säga i dess utskrivning, avläsning och överföring. I *Rationella blanketter* uttrycktes tanken att tidsvinster på några sekunder i arbetsmoment inom ”rutinartade massarbeten” förväntades ge väsentliga besparingar i organisationen i stort.<sup>41</sup> På så sätt applicerades den tayloristiska logiken från industrins löpande band på kontorsarbetet. Liknande retorik kring skrivandet sett ur ett kvantitativt produktionsperspektiv uttrycktes av flera skribenter. Bland annat hävdades att tidsvinsten i utskrivningen av en blankett kunde uppgå till 22 procent genom användning

av standardiserade tabuleringslägen (eller ”fasta skrivlägen”) på skrivmaskinen.<sup>42</sup> I ett annat exempel hävdades en ”skrivmaskinsflickas kapacitet ökas med ända upp till 50%” vid användandet av så kallade ”ändlösa blanketter”.<sup>43</sup> Inte bara maskinernas tekniska förutsättningar värderades kvantitativt, utan även den mänskliga förmågan att använda dem. För att uppnå ett stort A vid utbildningsanstaltens skrivmaskinskurser krävdes mellan 800 och 900 ”riktiga nedslag” vid ett treminutersprov.<sup>44</sup> Genom att skrivande bedömdes utifrån en kvantitativ måttstock, var det alltså motiverat att mycket noggrant effektivisera de enskilda delarna av blanketten, då de ansågs sammanlänkade genom det tayloristiska sättet att betrakta skrivandet. Gunne Nyberg summerade argumenten i en artikel om standardisering av brevpapper så här:

Blankettstandardiseringens mål är att skapa praktiska arbetsvanor. Därmed uppnås säkerhet och snabbhet – arbetskostnaderna sänks. Detta gäller påtagligast blanketternas utskrivning. Genom att man tillrättalägger uppställningen för fullt utnyttjande av maskinella hjälpmedel, minskas utskrivningstiden avsevärt. Emellertid kan även avläsning och bearbetning ske mera praktiskt, när var och en är van att finna olika blanketters lika beståndsdelar på standardplats.<sup>45</sup>

Genom en standardisering av olika textuppgifters plats på blankettytan formeras, med Cornelia Vismanns begrepp, en ny *skrift- och läseekonomi*. Parallellen mellan de register som utvecklades på Sicilien under 1200-talet, som Vismann undersöker, och blankettmediet i Sverige vid mitten av 1900-talet ligger i att meddelandet inte bara fanns i texten utan också i den grafiska utformningen. Informationen i 1200-talets register fick sin mening genom placeringen i den uppställda strukturen med de ramar med rubriker och kolumner som texten skrevs in i.<sup>46</sup> Den nya läseekonomi som förutsattes i *Rationella blanketter* tog sin utgångspunkt i ögats funktion. Placeringen av olika uppgifter skulle vara standardiserad så att ögat lätt hittade den uppgift som eftersöktes. Dessutom ansågs det gå snabbare att avläsa ett papper vid horisontell disposition av innehållet. Tryckfärgen skulle vara av en ”blankettgrön” nyans som var ”den för ögonen bästa” och som kontrasterade mot den svarta maskinskriften. Vanligt papper för korrespondenser skulle ha en lätt gul ton, eftersom ett kritvitt papper kunde sticka i ögonen.<sup>47</sup>



I detta fokus på ögat som en optisk enhet skulle dokumenten *avläsas* snarare än läsas – mer likt det skriv- och läshuvud som söker över datorns hårddisk än ett mänskligt öga. Människan var en avläsningsmaskin som blankettens grafiska utformning skulle optimera.

### Skrivverktygen

Människan har ögon som kan tröttnas av bländvita ytor, skrivmaskinen har valsar som kan slitas. Blanketten var en anpassning både till människans och skrivmaskinens anatomi. Kontorets mekanisering innebar att en rik flora av kontorsmaskiner infördes i arbetet – alltifrån maskiner för brevvikning, försegling och kuvertöppning till olika former av diktafoner och dupliceringsverktyg. Men vad Gunne Nyberg avsåg med ”maskinella hjälpmedel” i citatet ovan var framförallt skrivmaskinen. Förhållandet mellan maskin och papper beskrev Nyberg som att blanketten ”kan betraktas som en del av skrivmaskinen, en del som måste passa till punkt och pricka”.<sup>48</sup> Blanketten var en del av skrivmaskinen på samma sätt som skrivvalsen eller tangenterna. Assemblaget skrivmaskin-maskinskriverska var alltså inte fullständigt utan pappret.

Vidare i artikeln skrev Nyberg att skrivmaskinen ”blir blankettens formgivare”.<sup>49</sup> Denna insikt var en av de viktigaste i arbetet med att utveckla blanketternas utformning. Genom att anpassa blankettens utformning till hur skrivmaskinen kunde navigera över pappersytan ökades hastigheten med vilken dessa kunde fyllas i. Resonemanget är en mildare form av de tankar om skrivmaskinen som Nyberg lagt fram i en artikel i *Kontorsvärlden* ett år tidigare. För att få ”blankettsinne” var man tvungen att först skaffa sig ”maskinsinne”, det vill säga den som inte visste hur en skrivmaskin fungerade kunde inte heller begripa hur man skapade effektiva blanketter.<sup>50</sup> Vad han ger uttryck för är övertygelsen om skrivverktygens makt, inte bara över hur något skrivs utan över hur vi kan tänka om skrivandet. I artikeln ”Pennans makt över maskinskrivaren” uttrycks denna tanke än mer pregnant:

Varför inte låta skrivmaskinen själv visa, vad den kan, istället för att tvinga på den ett arbetssätt, som den inte är gjord för! Nej, bäste maskinskrivare, låt maskinen bara arbeta efter sin egenart utan obehörigt ingripande[.]<sup>51</sup>



Enligt detta resonemang är maskinen den aktiva parten i skrivandets assemblage, och människan den passiva; blanketten blir ett medium för maskinen att förmedla sin inneboende kraft. Här ekar den holländske grafikern Jan Tschicholds resonemang från slutet av 1920-talet om att den tekniska och maskinella produktionen skulle styra formen och uttrycket för estetiska objekt, något som pappersformat och trycksakers typografiska utformning bara var två exempel på. Genom kopplingen till maskinen skulle rena geometriska former skapas som korresponderade med de tekniska objektens funktion, vilka enligt Tschichold appellerade till människans medfödda känsla för ordning.<sup>52</sup>

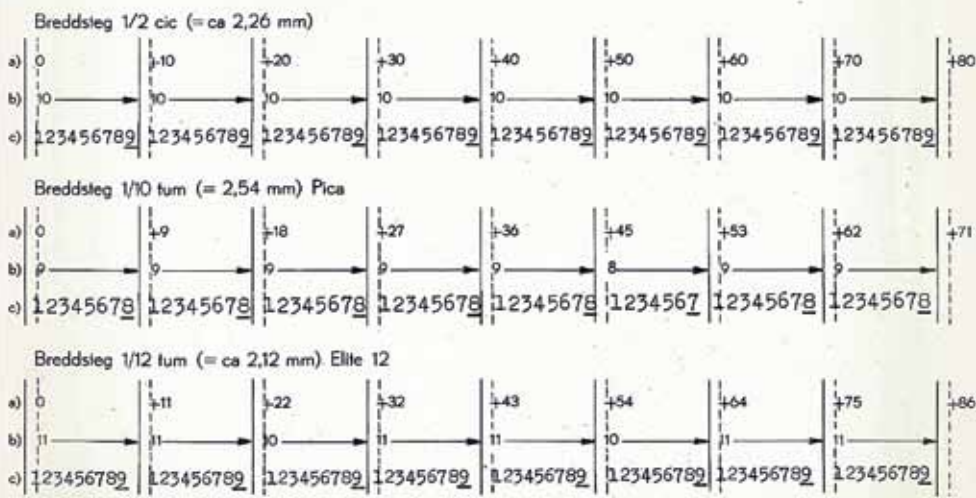
I Esseltes *Blanketthandbok* uttrycktes förhållandet mellan skrivmaskin och blankett mindre drastiskt och visionärt. Blanketten skulle anpassas till skrivmaskinens ”arbetsätt”, det vill säga att skriftens ”placering på blanketten bestämmas därvid av skrivvalsens förflyttning i höjd- och sidled”.<sup>53</sup> I *Rationella blanketter* sammanfattades tre grundprinciper för utformningen av blanketter som anslöt till just detta förflyttande i sid- och höjddled.

(a) ifyllnadsuppgifterna kunna skrivas vid fasta tabulatorlägen (b) hela pappersbredden kan utnyttjas för varje skrivrad med ifyllnadsuppgifterna följande efter varandra i sidled (c) radhöjden på blanketten väl överensstämmer med skrivmaskinens radsteg d. v. s. den språngvisa förflyttning i vertikalled av pappret i skrivmaskinen, som uppstår vid radskiftningen.<sup>54</sup>

Viktigast av dessa tre punkter var den första, anpassningen till skrivmaskinens tabulatur. Genom att utforma blanketten så att varje ny uppgift som skulle matas in började vid ett standardiserat läge vid tabulatorstopparna, kunde förflyttning över pappersytan effektiviseras. Detta blev också reglerat i en standard (SIS 732203 *Blankettens breddindelning*). Resultatet av denna anpassning till en av skrivmaskinernas tangenter visas i föregående bild. Exemplet till vänster visar en blankett där hänsyn inte tagits till dessa skrivlägen, vilket resulterar i att orden som ska fyllas i är omständliga att navigera till. I exemplet till höger – den nya blanketten – ligger uppgifterna på rad enligt dessa lägen (jämför med bilden på nästa sida där standardtabulaturen är schematiserad). Enligt en kommentar till standardbladet medverkade den indel-

## EXEMPEL PÅ TABULATORLÄGEN SAMT ANTAL BREDDSTEG I KOLUMNERNA

- a = Tabulatorlägen  
 b = Antal breddsteg för inställning av tabulatorstopper  
 c = Antal möjliga tecken mellan kolumnlinjer



Till de olika standarder som SIS publicerade utgavs ibland också kommentardokument där standarden förklarades mer detaljerat och olika användningsområden specificerades. I kommentaren till *Blanketters breddindelning*, SIS 732203, lyftes flera exempel fram på hur anpassningen till den så kallade breddmodulen kunde se ut i praktiken. I den här bilden visas en jämförelse av hur många typnedslag som kunde få plats mellan de standardiserade tabulatorlägena för skrivmaskiner med olika typbredder. Notera det mycket precisa måtten som används. Ur *GSK kommentar. Blanketters breddindelning. Breddmodul*, SIS 732203, 1.7.52 (1952), s. 5.

ning som breddmodulen medgav till ”klarhet och konsekvens” och utgjorde en god grund för såväl blankettkonstruktion som ”systematisk maskinskrivning”.<sup>55</sup>

Anpassningen till skrivmaskinens tabulatortangent kombinerades också med en anpassning till breddsteget, det steg med vilket varje

nedslag förflyttar skrivvalsen i sidled, och radsteget, förflyttningen vertikalt genom byte av rad. I teorin var detta ganska enkelt men skapade i praktiken mycket huvudbry, då tre olika måttssystem var inblandade. Tryckerierna utgick av hävd från det berthold-didotska punktsystemet, på kontoren dominerade metersystemet, och skrivmaskinerna, som ofta var tillverkade i anglosaxiska länder, utgick från tum. Här fanns alltså tre olika måttssystem som inte harmonierade, och jämkningen mellan dessa var arbetssam och oprecis. Storleken på radsteget – eller kugg som det oftare kallades – varierade dessutom mellan olika skrivmaskiner; två radsteg på amerikanska och engelska maskiner var 4,22 millimeter långt, på de tyska 4,25 och på den svenska Haldamaskinen 4,29.<sup>56</sup> Breddsteget var i sin tur beroende av typbredden på skrivmaskinernas tecken, av vilka de två vanligaste storlekarna var *pica* och *elit*. Det fanns alltså en rad faktorer som gjorde att en standardiserad blankett var svår att genomföra eftersom skrivmaskinerna var så olika.

Som vi såg ovan var John Guillorys tes att blankettmediets omformning var en konsekvens av en retorisk stilförändring i den byråkratiska prosan. Vad jag visat här är att den språkliga utvecklingen också kan förklaras av sammansmältningen av skrivverktyg och blankettmedium. Genom anpassningen till skrivmaskinens ”arbetsätt” hackades meddelandet upp i moduler, från löpande text med fullständiga satser till separerade element (helst längsmed de fasta skrivlängdena). Eftersom skrivandet kan skiljas varken från språket eller från skrivverktygen motsäger dessa två förklaringar inte varandra, utan kan snarare ses som två utvecklingslinjer som konvergerar. I en analys av blanketter, och av den samtida förståelsen av dessa, kan vi alltså se hur en byråkratisk retorisk form implementeras och förstärks genom mediet.

Den språkliga behandlingen togs också upp som en del av blankettutformningen. De förtryckta orden som markerade vad som skulle skrivas in i rutorna, det vill säga ledorden, borde ”om möjligt ges substantivform, med eller utan bestämmingar”. I stället för ”skadan reglerad av” borde ”skadereglerare” användas, likaså ”avgångsorten” i stället för ”den ort varifrån båten ifråga avgår”. Det sågs som en fördel att använda detta skrivsätt då maskinskriverskan inte behövde bilda fullständiga satser tillsammans med ledtexten.<sup>57</sup>

## Skrivande(ts) maskiner

Jag har i detta kapitel, genom att studera diskussionen om blankettstandardisering, visat hur det rationella kontoret föreställdes som ett system eller en maskin. Det skrivande assemblaget – en dokumentproducerande pappersmaskin av papper, järn och mänskliga kroppar – var en viktig nod i detta system. Jag har också pekat på hur detta föreställda idealkontor präglade uppfattningen om maskinskriverskornas arbete. Skrivandet skulle ske enligt löpandebandprincipen där de olika rörelserna skulle vara noga uträknade, anpassade och standardiserade. Logiken utgick från skrivmaskinens anatomi. För att skapa ordning, rationalitet och effektivitet skulle kontrollen överföras från människa till mekaniserade entiteter och till system. Blankettens roll i detta blev att fungera som medium mellan människa och maskin. Eftersom blanketten inte bara var ett medium i kommunikationssystemet utan hade denna utvidgade funktion, blev den också en passande yta för rationaliserings- och effektiviseringssträvanden.

I detta försök att ge ett bidrag till kontorets mediehistoria genom att ta blanketten som utgångspunkt har fokus varit på en aspekt av kontoret: skrivandet. Perspektivet har varit att studera detta område utifrån de aktörer som utformade blanketterna. Det finns naturligtvis andra perspektiv som kompletterar detta, och den tidsmässiga ramen kan också utökas. En mediehistorisk analys av kontoret kan ge viktiga nycklar till förståelsen av den byråkratiska språkliga utvecklingen, synen på medier och teknikens föreställda påverkan på arbetet, synen på kontoristen och så vidare. Analysen av kontoret utifrån pappersmediet är också mer komplex, där fler praktiker än den här anförda spelar in. Ordnande, lagrande och överförande av information och dokument är bara några exempel. En annan spännande vinkel är konkurrensen från andra medier, främst datorn, som skapat idén om det ”papperslösa kontoret”. John Agar menar att ifyllandet av blanketter är en av de vanligaste formerna i vilka mötet mellan medborgare och stat sker.<sup>58</sup> På så sätt kan man genom att skriva kontorets mediehistoria, förutom att få korn på kommunikationen på kontor under mitten av 1900-talet, också få kunskap om de mediala aspekterna av förhållandet mellan medborgare och stat.

## Noter

1. Bertil Nyströmer, *Kontorsorganisation*, Stockholm 1949, s. 137.
2. Gustaf Clason, ”Thulehuset. Thulebolagens nya kontorsbyggnad i Stockholm”, *Byggmästaren*, 1940:26, s. 363.
3. Nyströmer 1949, s. 144–145.
4. SFS 1946, nr 613–616.
5. Se exempelvis Magnus Josefsson, ”Läsplatta istället för papper”, *Borås Tidning* 29/5 2012, s. 11; Kari Holmwall, ”Kommunpolitiker i Strömstad får Ipad”, *Strömstads Tidning* 2/2 2012, s. 8; Klara Eriksson, ”Nu får alla plattor”, *Södermanlands Nyheter* 3/4 2012, s. 12; Christer Seldevall, ”Läsplattor ersätter politiska papper”, *Ulricehamns Tidning* 29/12 2011, s. 8.
6. Stefan Müller-Ville & Isabelle Charmantier, ”Natural history and information overload. The case of Linnaeus”, *Studies in history and philosophy of biological and biomedical sciences* 2012:1, s. 4.
7. Jussi Parikka, *What is media archaeology?* Cambridge 2012, s. 63.
8. Friedrich A. Kittler, *Gramophone, film, typewriter*, Stanford 1999, s. xxxix.
9. Ben Kafka, ”Paperwork. The state of the discipline”, *Book History* 2009:1, s. 341 (min översättning).
10. Ben Kafka, *The demon of writing. Powers and failures of paperwork*, New York 2012, s. 116–117.
11. Peter Becker & William Clark, ”Introduction”, i Peter Becker & William Clark (red.), *Little tools of knowledge. Historical essays on academic and bureaucratic practices*, Ann Arbor 2001, s. 1.
12. Michel Foucault, *Vetandets arkeologi*, Lund 2002, s. 157.
13. Birgitta Conradsson, *Kontorsfolket. En etnologisk studie av livet på kontor*, Stockholm 1988, s. 30.
14. Delphine Gardey, ”Mechanizing writing and photographing the word. Utopias, office work, and histories of gender and technology”, *History & Technology* 2001:4, s. 320.
15. Oskar Sillén, *Kontorsorganisation*, Stockholm 1938, s. 3. För en studie av denna utveckling i USA se JoAnne Yates, *Control through communication. The rise of system in American management*, Baltimore 1993.
16. Oskar Sillén, ”[Förord]”, *Blankettens ekonomi*, Stockholm 1942, s. 1; *Blankettens ekonomi* är en av de sex broschyrer som utgör *Esselte blanketthandbok*, Stockholm 1942–1950.
17. Se exempelvis Nyströmer 1949; Carl Tarras Sällfors, *Kontorsarbetets rationalisering*, Stockholm 1933; Sillén 1938.
18. Nyströmer 1949, s. 60.
19. Mats Greiff, *Kontoristen. Från chefens höggra hand till proletär. Proletarisering, feminisering och facklig organisering bland svenska industritjänstemän 1840–1950*,

- Lund 1992, s. 396–400. Även Gardey 2001 visar på proletarisering- och feminiseringsprocesser och hur de präglade kontorsarbetet i en fransk kontext.
20. Citerad i Kafka 2009, s. 342.
  21. John Guillory, "The memo and modernity", *Critical Inquiry* 2004:1, s. 111–112.
  22. Guillory 2004, s. 126.
  23. Gardey 2001, s. 319–321, 338.
  24. Conradson 1988, s. 31.
  25. Fritz Croner, *Tjänstemannakåren i det moderna samhället*, Stockholm 1951, s. 102, 137. Siffran hade 1948 stigit till 48,7 procent, enligt Greiff, 1992, s. 396.
  26. Gardey 2001, s. 325–326.
  27. Kittler 1999, s. 183.
  28. Nyberg 1949, s. 34.
  29. Agar 2003, s. 144.
  30. Sillén, 1942, s. 1.
  31. *Svenska akademiens ordbok*, IV, Lund 1916; *Nordisk Familjebok. Konversationslexikon och realencyklopedi*, III, Stockholm 1905; *Nationalencyklopedin*, III, Höganäs 1990.
  32. *Rationella blanketter. Redogörelse för vissa arbetsresultat inom Grafiska Standardiseringskommitténs blankettnormskommitté (GSK 2) avlämnad den 16 september 1948*, Stockholm, 1948, s. 14–15.
  33. Håkan Tångeberg, "Sätt kryss [x] i rutan", *Kontorsvärlden*, 1948:7–8, s. 254.
  34. Bosse Sundin, "Organisera eder verksamhet! Några tankar om industriell organisation och social ordning i början av 1900-talet", i *Kaos och ordning. Uppsatser från tvärvetenskapligt symposium*, Umeå 1982, s. 72–73.
  35. Grafiska standardiseringskommittén, *GSK 732405 Rekommendation. Systematisk maskinskrivning. Allmänna anvisningar*, Stockholm 1952, s. 1–7. Bifogat fanns också en exempelsamling med olika typer av grafiska uppställningar (GSK 732406).
  36. "I begreppet *blankettrevision* innefattas alla de åtgärder, som skola vidtagas vid en kritisk granskning av blankettväsendet inom en arbetsorganisation i syfte att åstadkomma från såväl användnings- som tillverknings synpunkt ändamålsenliga blanketter, till antalet väl avpassade efter arbetsorganisationens behov." *Rationella blanketter*, 1952, s. 1.
  37. Cornelia Vismann, "Out of file, out of mind", i *New media, old media. A history and theory reader*, Wendy Hui Kyong Chun & Thomas W. Keenan (red). New York 2006, s. 97; Cornelia Vismann, *Files. Law and media technology*, Stanford 2008, s. xii
  38. Håkan Tångeberg, "Blankettstandardisering. Några erfarenheter från pågående blankettrevision vid ASEA", *Grafiskt Forum*, 1948:1, s. 4.



39. Sillén 1942, s. 1.
40. Siegert refererad i Parikka 2012, s. 108.
41. ”1. Blankettrevision”, *Rationella blanketter. Handbok i blanketteknik. Utarbetad av Statens organisationsnämnd och Grafiska standardiseringskommittén*, Stockholm 1952, s. 2.
42. Folke Millqvist, *Blankettens betydelse i rationell kontorsorganisation*, Stockholm 1942, s. 2–3.
43. ”Blankettens ekonomi”, *Blanketthandboken* 1942, s. 2.
44. Nyströmer 1948, s. 213–215.
45. Gunne Nyberg, ”Grafiska formfrågor ut blankettsynpunkt, 1. Är brevpappret en blankett?”, *Grafiskt forum* 1949:2, s. 31.
46. Vismann 2008, s. 80.
47. Se exempelvis *Rationella blanketter* 1948, s. 7, 10; ”1. Blankettrevision”, *Rationella blanketter* 1952, s. 10.
48. Nyberg 1949, s. 32.
49. Nyberg 1949, s. 32.
50. Gunne Nyberg, ”Skrivmaskinens makt över blanketten”, *Kontorsvärlden* 1948:9, s. 302.
51. Gunne Nyberg, ”Pennans makt över maskinskrivaren”, *Kontorsvärlden* 1948:7–8, s. 262.
52. Jan Tschichold, *The new typography. A handbook for modern designers*, 1928; Berkeley 1995, s. 11–13.
53. *Blankettytografi*, Stockholm 1950, s. 3, 5; *Blankettytografi* är en av de sex broschyrer som utgör *Esselte blanketthandbok*, Stockholm 1942–1950.
54. ”1. Blankettrevision”, *Rationella blanketter* 1952, s. 10.
55. GSK kommentar. *Blankettens breddindelning. Breddmodul*, SIS 732203, 1.7.52 (1952).
56. Tångeberg 1949, s. 5–6.
57. *Rationella blanketter* 1948, s. 15.
58. John Agar, *The government machine. A revolutionary history of the computer*, Cambridge, Mass. 2003, s. 2.

# Litteratur

- Abrahamsson, Ulla B., *I allmänhetens tjänst. Faktaprogram i radio och television 1955–1995*, Stockholm: Prisma 1999.
- Agar, John, *The government machine. A revolutionary history of the computer*, Cambridge: MIT Press 2003.
- Aléx, Peder, *Den rationella konsumenten. KF som folkuppfostrare 1899–1939*, Stockholm: Symposion 1994.
- Alström, Börje, & Lowe Hedman, "Medieföretag utan strategier", i *På väg mot medievärlden 2020. Journalistik, teknik, marknad*, Håkan Hvitfelt & Gunnar Nygren (red.), Stockholm: Studentlitteratur 2005.
- Anderson, Benedict, *Den föreställda gemenskapen. Reflexioner kring nationalismens ursprung och spridning*, Göteborg: Daidalos 1992.
- Andersson, Magnus, & Johan Fornäs, "Mediekulturperspektivets möjligheter. Ett samtal i kulturaliseringens tecken", *NORDICOM-Information* 2010:1.
- Azariah, Deepti Ruth, "When travel meets tourism. Tracing discourse in Tony Wheeler's blog", *Critical Studies in Media Communication* 2012:4.
- Bastiansen, Henrik G., & Hans Fredrik Dahl, *Norsk mediehistorie*, Oslo: Universitetsforlaget 2003.
- Bastiansen, Henrik G., "Media history and the study of media systems", *Media History* 2008:1.
- Becker, Peter, & William Clark (red.), *Little tools of knowledge. Historical essays on academic and bureaucratic practices*, Ann Arbor: University of Michigan Press 2001.
- Becker, Peter, & William Clark, "Introduction", i *Little tools of knowledge. Historical essays on academic and bureaucratic practices*, Peter Becker & William Clark (red.), Ann Arbor: University of Michigan Press 2001.
- Bell, David, & Joanne Hollows, "Making sense of ordinary lifestyles", i *Ordinary lifestyles. Popular media, consumption and taste*, David Bell & Joanne Hollows (red.), Buckingham: Open University Press 2005.
- Befolkningen i Stockholm 1252–2005. Från 1721 enligt stadens statistiska årsböcker*, Stockholm: Utrednings- och statistikkontoret 2005.
- Bergström, Annika, *nyhetsvanor.nu. Nyhetsanvändning på internet 1998 till 2003*, Göteborg: Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet 2005.

- Bergström, Martin, Anders Ekström & Frans Lundgren, *Publika kulturer. En inledning*, Uppsala: Institutionen för idé- och lärdomshistoria, Uppsala universitet 2000.
- Bikini Atoll. Nomination by the republic of the Marshall Islands for inscription on the World Heritage List* 2010, 2009.
- Björklund, Tom, *Reklamen i svensk marknad 1920–1965. En ekonomisk-historisk återblick på marknadsförings- och reklamutvecklingen efter första världskriget*, II, Stockholm: Norstedt & Söner 1967.
- Boczkowski, Pablo J., *Digitizing the news. Innovation in online newspapers*, Cambridge, Mass.: MIT Press 2005.
- Bolter, Jay David, & Richard Grusin, *Remediation. Understanding new media*, Cambridge, Mass. & London: MIT Press 1999.
- Bombs at Bikini. The official report of Operation Crossroads. Prepared under the direction of the commander of Joint Task Force One*, New York: WH Wise 1947.
- Boorstin, Daniel J., *Skenbilden. Vad som hänt med drömmen om Amerika*, Stockholm: PAN/Norstedt 1968.
- Boström, Mathias, "Creating audiences, making participants. The cylinder phonograph in ethnographic fieldwork", i *History of participatory media. Politics and publics, 1750–2000*, Anders Ekström, Solveig Jülich, Frans Lundgren & Per Wisselgren (red.), New York & London: Routledge 2011.
- Bourdieu, Pierre, *Praktiskt förnuft. Bidrag till en handlingssteori*, Göteborg: Daidalos 1999.
- Boyer, Paul, *By the bomb's early light. American thought and culture at the dawn of the atomic age*, Chapel Hill: University of North Carolina Press 1994.
- Brady, Erika, *A spiral way. How the phonograph changed ethnography*, Jackson: University Press of Mississippi 1999.
- Briggs, Asa, & Peter Burke, *A social history of the media. From Gutenberg to the Internet*, Cambridge: Polity Press 2002.
- Burke, Kenneth, *A rhetoric of motives*, 1950; Berkeley: University of California Press 1969.
- Bülow, Simon, "Visuell historieskrivning i det moderna medielandskapet. Remedieringen av personhistoriska bilder i och kring NE.se och svenska Wikipedia", kandidatuppsats i mediehistoria, Lunds universitet 2012.
- Calhoun, Craig (red.), *Habermas and the public sphere*, Cambridge, Mass.: MIT Press 1992.
- Calzati, Stefano, "Power and representation in Anglo-American travel blogs and travel books about China." *CLCWeb. Comparative Literature and Culture* 2012.
- Capelli, Gloria, "'Expats' talk'. Humour and irony in an expatriate's travel blog", *Textus* 2008.
- Carlson, David, "The history of digital journalism", i *Digital journalism. Emerging*

- media and the changing horizons of journalism*, Kevin Kawamoto (red.), Lanham Md.: Rowman & Littlefield 2003.
- Castells, Manuel, *Internetgalaxen. Reflektioner om internet, ekonomi och samhälle*, Göteborg: Daidalos 2002.
- Chapman, James, Mark Glancy & Sue Harper (red.), *The new film history. Sources, methods, approaches*, Basingstoke: Palgrave Macmillan 2007.
- Chilton, Paul, "Nukespeak. Nuclear language, culture and propaganda", i *Nukespeak. The media and the bomb*, Crispin Aubrey (red.), London: Comedia 1982.
- Christensson, Jakob, *Lyckoriket. Studier i svensk upplysning*, Stockholm: Atlantis 1996.
- Cohn, Carol, "Sex and death in the rational world of defence intellectuals", *Signs* 1987:4.
- Cooke, Lynn, "A visual convergence of print, television, and the Internet. Charting 40 years of design change in news presentation", *New Media and Society* 2005:1.
- Crary, Jonathan, *24/7. Late capitalism and the ends of sleep*, London: Verso 2013.
- Cronqvist, Marie, "Bilder från nollpunkten. Visualiseringar av atomålderns urbana apokalyps", i *Väld. Representation och verklighet*, Eva Österberg & Marie Lindstedt Cronberg (red.), Lund: Nordic Academic Press 2006.
- Cronqvist, Marie, "Landet ingenstans. Bikiniatollen som stigmatiserad minnesplats", i *Virtualiteter*, Robert Willim (red.), Lund: HEX, Lunds universitet 2006.
- Cronqvist, Marie, "Medier och minnen", *Scandia* 2013:1.
- Crystal, David, *Language and the Internet*, Cambridge: Cambridge University Press 2006.
- Czarniawska, Barbara, *Den tysta fabriken. Om tillverkning av nyheter på TT*, Malmö: Liber 2009.
- Daston, Lorraine, & Peter Galison, *Objectivity*, New York: Zone Books 2007.
- Davis, Jeffrey Sasha, "Representing place. 'Deserted isles' and the reproduction of Bikini atoll", *Annals of the Association of American Geographers* 2005:3.
- Davis, Jeffrey Sasha, "Scales of Eden. Conservation and pristine devastation at Bikini atoll", *Environment & Planning D. Society & Space* 2007:2.
- Dayan, Daniel, & Elihu Katz, *Media events. The live broadcasting of history*, Cambridge, Mass.: Harvard University Press 1994.
- De Geer, Hans, *Rationaliseringsrörelsen i Sverige. Effektivitetsidéer och socialt ansvar under mellankrigstiden*, Stockholm: SNB 1978.
- DeGroot, Jerome, *The bomb. A life*, London: Jonathan Cape 2004.
- Delgado, James P., *Ghost fleet. The sunken ships of Bikini atoll*, Honolulu: The University of Hawaii Press 1996.
- Domingo, David, "Inventing online journalism. A constructivist approach to the development of online news", i *Making online news. The ethnography of new*

- media production*, Chris Paterson & David Domingo (red.), New York: Peter Lang 2008.
- Dooley, Patricia L., *The technology of journalism. Cultural agents, cultural icons*, Evanston: Northwestern University Press 2007.
- Douglas, Mary, *How institutions think*, London: Routledge & Kegan Paul 1987.
- Draaisma, Douwe, *Metaphors of memory. A history of ideas about the mind*, Cambridge: Cambridge University Press 2000.
- Ekdahl, Mats, *Människan, mediemångfalden och det öppna samhället. Historien om massmediernas pluralism och dess labyrintiska processer*, Stockholm: Styrelsen för psykologiskt försvar 2003.
- Ekecrantz, Jan, & Tom Olsson, *Det redigerade samhället. Om journalistikens, beskrivningsmaktens och det informerande förnuftets historia*, Stockholm: Carlsson 1994.
- Ekström, Anders, "Det vertikala arkivet. Om översiktsmedier och historiska svindelkänslor", i 1897. *Mediehistorier kring Stockholmsutställningen*, Anders Ekström, Solveig Jülich & Pelle Snickars (red.), Stockholm: Statens ljud- och bildarkiv 2006.
- Ekström, Anders, "Kulturhistorisk medieforskning. Fyra spår", i *Mediernas kulturhistoria*, Solveig Jülich, Patrik Lundell & Pelle Snickars (red.), Stockholm: Statens ljud- och bildarkiv 2008.
- Ekström, Anders, *Representation och materialitet. Introduktioner till kulturhistorien*, Nora: Nya Doxa 2009.
- Ekström, Anders, Solveig Jülich & Pelle Snickars (red.), 1897. *Mediehistorier kring Stockholmsutställningen*, Stockholm: Statens ljud- och bildarkiv 2006.
- Ekström, Anders, Solveig Jülich & Pelle Snickars, "I medicarkivet", i 1897. *Mediehistorier kring Stockholmsutställningen*, Anders Ekström, Solveig Jülich & Pelle Snickars (red.), Stockholm: Statens ljud- och bildarkiv 2006.
- Ekström, Anders, Solveig Jülich, Frans Lundgren & Per Wisselgren (red.), *History of participatory media. Politics and publics, 1750–2000*, New York: Routledge 2010.
- Ekström, Mats, "Hur enskilda yttranden blir stora politiska nyheter. En studie av nyhetsproduktion och politikens villkor i mediasamhället", *NORDICOM-Information* 2003:1–2.
- Ekström, Mats, *Politiken i mediasamhället. Om nyhetsintervjuer och fotojournalistik*, Malmö: Liber 2006.
- Eliasson, Gunnar, & Roger Henning, *Konsumenten, politikerna och byråkratin. En studie av konsumentpolitikens framväxt*, Stockholm: SNU 1981.
- Elsässer, Sophie, *Att skapa en konsument. Råd & Rön och den statliga konsumentupplysningen*, Göteborg: Makadam 2012.
- Erll, Astrid, & Ann Rigney (red.), *Mediation, remediation and the dynamics of cultural memory*, Berlin: Walter de Gruyter 2009.

- Ernst, Wolfgang, *Das Gesetz des Gedächtnisses. Medien und Archive am Ende (des 20. Jahrhunderts)*, Berlin: Kulturverlag Kadmos 2007.
- Fischer, Otto, & Thomas Götselius, "Textens teknologier. Friedrich Kittler och den mediala vändningen i tysk humaniora", *Tidskrift för litteraturvetenskap* 2000:1.
- Fjellström, Per, & Britta Ring, *Rödluvan behöver inga råd, sa vargen. En orättvis betraktelse över konsumentpolitiken*, Stockholm: Prisma 1982.
- Flichy, Patrice, *The Internet imaginaire*, Cambridge, Mass.: MIT Press 2007.
- Flichy, Patrice, *Understanding technological innovation. A socio-technical approach*, Cheltenham & Northampton: Edward Elgar 2007.
- Fornäs, Johan, & Anne Kaun (red.), *Medialisering av kultur, politik, vardag och forskning. Slutrapport från Riksbankens Jubileumsfonds forskarsymposium i Stockholm 18-19 augusti 2011*, Huddinge: Södertörns högskola 2011.
- Foucault, Michel, *Vetandets arkeologi*, Lund: Arkiv 2002.
- Franzén, Mats, *Den folkliga staden. Söderkvarter i Stockholm mellan krigen*, Lund: Arkiv 1992.
- Freud, Sigmund, *Vardagslivets psykopatologi*, Stockholm: Natur och kultur 2006.
- Fritzsche, Peter, *Reading Berlin 1900*, Cambridge, Mass.: Harvard University Press 1996.
- Garde-Hansen, Joanne, *Media and memory*, Edinburgh: Edinburgh University Press 2011.
- Gardeström, Elin, *Att fostra journalister. Journalistutbildningens formering i Sverige 1944-1970*, Göteborg: Daidalos 2011.
- Gardey, Delphine, "Mechanizing writing and photographing the word. Utopias, office work, and histories of gender and technology", *History & Technology* 2001:4.
- Garnert, Jan, *Hallå! Om telefonens första tid i Sverige*, Lund: Historiska media 2005.
- Gedin, Per I., *Verner von Heidenstam. Ett liv*, Stockholm: Bonnier 2006.
- Gitelman, Lisa, *Always already new. Media, history, and the data of culture*, Cambridge, Mass.: MIT Press 2006.
- Goffman, Erving, *The presentation of self in everyday life*, Edinburgh: University of Edinburgh Social Sciences Research Centre 1956.
- Greiff, Mats, *Kontoristen. Från chefens högra hand till proletär. Proletarisering, feminisering och facklig organisering bland svenska industrijänstemän 1840-1950*, Lund: Mendocino 1992.
- Griffen-Foley, Bridget, "From Tit-Bits to Big Brother. A century of audience participation in media", *Media, Culture & Society* 2004:4.
- Gröndal, Tomas, *A preliminary investigation into the causes and effects of the rise and fall of advertising expenditures in Sweden*, Göteborg: Göteborgs universitet 1986.

- Gröndal, Tomas, *Reklamkostnadsutvecklingen 1975–1984*, Göteborg: Handelshögskolan 1985.
- Guillory, John, "The memo and modernity", *Critical Inquiry* 2004:1.
- Gustafsson, Karl Erik, "I datorernas värld (efter 1975)", i *Den svenska pressens historia*, IV. *Bland andra massmedier (efter 1945)*, Karl Erik Gustafsson & Per Rydén (red.), Stockholm: Ekerlid 2002.
- Gustafsson, Karl Erik, *Reklamens makt över medierna*, Stockholm: SNS förlag 2005.
- Habermas, Jürgen, *Borgerlig offentlighet. Kategorierna "privat" och "offentligt" i det moderna samhället*, Lund: Arkiv 1998.
- Haider, Jutta, & Olof Sundin, "Wikipedia, heterotopi och versioner av kulturella minnen", *Human IT* 2011:3.
- Hallin, Daniel C., & Paolo Mancini, *Comparing media systems. Three models of media and politics*, New York: Cambridge University Press 2004.
- Hampton, Mark, *Visions of the press in Britain, 1850–1950*, Urbana: University of Illinois Press 2004.
- Hannerz, Ulf, "Genomsyrade av medier. Kulturer, samhällen och medvetandet av idag", i *Medier och kulturer*, Hannerz (red.), Stockholm: Carlsson 1990.
- Harvard, Jonas, "Medial mobilisering. Representationsreformen och opinionsstormen", i *1800-talets mediesystem*, Jonas Harvard & Patrik Lundell (red.), Stockholm: Kungliga biblioteket 2010.
- Harvard, Jonas, "Riksdagsprotokollen som medium", i *Dolt i offentligheten. Nya perspektiv på offentligt källmaterial*, Staffan Förhammar, Jonas Harvard & Dag Lindström (red.), Lund: Sekel 2011.
- Harvard, Jonas, & Patrik Lundell (red.), *1800-talets mediesystem*, Stockholm: Kungliga biblioteket 2010.
- Harvard, Jonas, & Patrik Lundell, "1800-talets medier. System, landskap, nätverk", i *1800-talets mediesystem*, Jonas Harvard & Patrik Lundell (red.), Stockholm: Kungliga biblioteket 2010.
- Henriksen, Margot A., *Dr Strangelove's America. Society and culture in the atomic age*, Berkeley: University of California Press 1997.
- Hepp, Andreas, *Cultures of mediatization*, Cambridge: Polity Press 2012.
- Hirdman, Anja, *Tilltalande bilder. Genus, sexualitet och publiksyn i Veckorevyn och Fib aktuellt*, Stockholm: Atlas 2004.
- Hirn, Sven, "Stillbilden publikt exponerad. Ett finländskt perspektiv", i *Icke skriftliga källor*, Anders Brändström & Sune Åkerman (red.), Umeå: Historiska institutionen, Umeå universitet 1991.
- Hjarvard, Stig, *The mediatization of culture and society*, London: Routledge 2013.
- Holmberg, Jan, "Medialitet", i *Litteraturens offentligheter*, Torbjörn Forslid & Anders Ohlsson (red.), Lund: Studentlitteratur 2009.

- Hultén, Britt, *Massmedieretoriska mönster i journalistiken. Exempel från 30-tal till 90-tal*, Lund: Institutionen för nordiska språk, Lunds universitet 2001.
- Hultén, Lars J., *Reportaget som kom av sig. En analys av reportaget som textform utifrån produktionsperspektivet och sändarrollen med betoning på reporterens personliga tonfall. En undersökning av reportaget i några landsortstidningar 1960–1985*, Stockholm: JMK, Stockholms universitet 1990.
- Hunt, Lynn, *Politics, culture, and class in the French revolution*, Berkeley: University of California Press 1984.
- Hurd, Madeleine, ”Tidningsgenrer och offentliga riter i 1865 års reformrörelse”, i *1800-talets mediasystem*, Jonas Harvard & Patrik Lundell (red.), Stockholm: Kungliga biblioteket 2010.
- Häger, Björn, *Intervjuteknik*, Stockholm: Liber 2007.
- Hällgren, Anna-Maria, *Skåda all världens uselhet. Visuell pedagogik och reformism i det sena 1800-talets populärkultur*, Möklinta: Gidlund 2013.
- Ilshammar, Lars, *Offentlighetens nya rum. Teknik och politik i Sverige 1969–1999*, Örebro: Örebro universitet 2002.
- Ivarsson-Lilieblad, Björn, *Moulin Rouge på svenska. Varietéunderhållningens kulturhistoria i Stockholm 1875–1920*, Linköping: Institutionen för tema, Linköpings universitet 2009.
- Jacobs, Robert A., *The dragon's tail. Americans face the atomic age*, Amherst: University of Massachusetts Press 2010.
- Jarlbrink, Johan, & Andreas Nyblom, ”Aviatik och journalistik. Flygbaronen och medierna kring 1910”, *Scandia* 2012:2.
- Jarlbrink, Johan, ”Avklippa från historien. Tidningsklippare och tidningsklipp i 1800-talets press”, *NORDICOM-Information* 2009:4.
- Jarlbrink, Johan, ”En tidningsläsares dagbok. Allan Holmströms klipp och läsvanor 1877–1962”, i *Presshistorisk årsbok* 2010.
- Jarlbrink, Johan, *Det våras för journalisten. Symboler och handlingsmönster för den svenska pressens medarbetare från 1870-tal till 1930-tal*, Stockholm: Kungliga biblioteket 2009.
- Jenkins, Henry, *Convergence culture. Where old and new media collide*, New York: New York University Press 2006.
- Jernudd, Åsa, *Filmkultur och nöjesliv i Örebro 1897–1908*, Stockholm: Stockholms universitet 2007.
- Johannesson, Eric, ”Med det nya på väg (1858–1880)”, i *Den svenska pressens historia*, II. *Åren då allting hände (1830–1897)*, Karl Erik Gustafsson & Per Rydén (red.), Stockholm: Ekerlid 2001.
- Johannesson, Lena, *Mörkrum & transparens. Studier i europeisk bildkultur och i bildens historiska evidens*, Stockholm: Carlsson 2001.
- Jones, Aled, *Powers of the press. Newspapers, power and the public in nineteenth-century England*, Aldershot: Scolar 1996.



- Jülich, Solveig, Patrik Lundell & Pelle Snickars, "Mediernas kulturhistoria. En inledning", i *Mediernas kulturhistoria*, Solveig Jülich, Patrik Lundell & Pelle Snickars (red.), Stockholm: Statens ljud- och bildarkiv 2008.
- Kafka, Ben, "Paperwork. The state of the discipline", *Book History* 2009:1.
- Kaun, Anne, & Karin Fast, *Research report. Mediatization of culture and everyday life*, Huddinge: Södertörns högskola 2014.
- Keane, Stephen, *Disaster movies. The cinema of catastrophe*, London: Wallflower 2006.
- Keen, Andrew, *The cult of the amateur. How today's Internet is killing our culture*, New York: Doubleday 2007.
- Killander-Braun, Lisa, *På resa med Vagabond 1998 och 2001*, Stockholm: JMK, Stockholms universitet 2006.
- Kittler, Friedrich, *Gramophone, film, typewriter*, Stanford: Stanford University Press 1999.
- Kittler, Friedrich, *Maskinskrifter. Essäer om medier och litteratur*, Gråbo: Anthropos 2003.
- Kittler, Friedrich, *Nedskrivningssystem 1800/1900*, Göteborg: Glänta 2012.
- Knudsen, Jonathan B., *Justus Möser and the German Enlightenment*, Cambridge: Cambridge University Press 1986.
- Kylhammar, Martin, *Den tidlöse modernisten. En essäbok*, Stockholm: Carlsson 2004.
- Kylhammar, Martin, *Pojken på vinden. Filosofiska essäer*, Stockholm: Carlsson 2010.
- Landsberg, Alison, *Prosthetic memory. The transformation of American remembrance in the age of mass culture*, New York: Columbia University Press 2004.
- Latour, Bruno, "Visualization and cognition. Thinking with eyes and hands", *Knowledge and Society. Studies in the Sociology of Culture Past and Present* 1986.
- Latour, Bruno, *Science in action. How to follow scientists and engineers through society*, Cambridge, Mass.: Harvard University Press 1987.
- Liddle, Dallas, "Who invented the 'leading article'? Reconstructing the history and prehistory of a Victorian newspaper genre", *Media History* 1999:1.
- Ling, Rich, "From the telegraph and telephone to the Negro ponte switch", i *Media, technology and society. Theories of media evolution*, Russel Neuman (red.), Ann Arbor: University of Michigan Press 2010.
- Litteraturbanken, <http://litteraturbanken.se/#!forfattare/HallstromP> (2013-04-26).
- Livingstone, Sonia, "On the mediation of everything. ICA presidential address 2008", *Journal of Communication* 2009:1.
- Ljungberg, Emilia, *Global lifestyles. Constructions of places and identities in travel journalism*, Göteborg: Makadam 2012.
- Lundby, Knut (red.), *Mediatization. Concept, changes, consequences*, New York: Lang 2009.

- Lundell, Patrik, "Participation, representation, and media system. Habermasian paths to the past", *Culture Unbound* 2010:2.
- Lundell, Patrik, *Attentatet mot Hiertas minne. Studier i den svenska pressens mediehistoria*, Stockholm: Kungliga biblioteket 2013.
- Lundell, Patrik, *Pressen i provinsen. Från medborgerliga samtal till modern opinionsbildning 1750–1850*, Lund: Nordic Academic Press 2002.
- Lundström, Gunilla, *När tidningarna blev moderna. Om svensk journalistik 1898–1969*, Göteborg: NORDICOM 2004.
- Lüsch, Kjell, "När det verkliga luktade tidning. Kjell Lüsch om 50- och 60-talens HD", i *125 års dagblad. En rapsodisk tidningskrönika*, Jonas Nilsson (red.), Helsingborg: Helsingborgs Dagblads förlag 1992.
- Manovich, Lev, *The language of new media*, Cambridge, Mass. 2001.
- Mattsson, Niclas, & Christian Carrwik, *Internetrevolutionen. 1000 dagar som förändrade Sverige*, Stockholm 1998.
- May, Elaine Tyler, *Homeward bound. American families in the cold war era*, New York: Basic Books 1999.
- McChesney, Robert W., *Rich media, poor democracy. Communication in dubious times*, Urbana: University of Illinois Press 1999.
- Mral, Brigitte, "Två tidningsstarter i Örebro", i *Ständigt dessa landsortstidningar*, Karl Erik Gustafsson & Per Rydén (red.), Göteborg: NORDICOM 1998.
- Muhlmann, Géraldine, *A political history of journalism*, Cambridge: Polity Press 2008.
- Müller-Wille, Staffan, & Isabelle Charmantier, "Natural history and information overload. The case of Linnaeus", *Studies in History and Philosophy of Biological and Biomedical Sciences* 2012:1.
- Neiger, Motti, Oren Meyers & Eyal Zandberg (red.), *On media memory. Collective memory in a new media age*, Basingstoke: Palgrave Macmillan 2011.
- Neuman, W. Russell (red.), *Media, technology, and society. Theories of media evolution*, Ann Arbor: University of Michigan Press 2010.
- Ney, Birgitta, *Reporter i rörelse. Lotten Ekman i dagspressen vid förra sekelskiftet*, Nora: Nya Doxa 1999.
- Niedenthal, Jack, *For the good of mankind. A history of the people of Bikini and their islands*, Honolulu: University of Hawaii Press 2001.
- Nordell, Per Jonas, *Rätten till det visuella*, Stockholm: Jure 1997.
- Nordmark, Dag, *Det förenande samtalet. Om norrländsk lokalpress och den borgerliga offentlighetens etablering under 1800-talets första hälft*, Stockholm: Carlsson 1989.
- Nyblom, Andreas, "Författarens ansikte. Ett bidrag till litteraturens mediehistoria", i *Mediernas kulturhistoria*, Solveig Jülich, Patrik Lundell & Pelle Snickars (red.), Stockholm: Statens ljud- och bildarkiv 2008.
- Nyblom, Andreas, "Kampen om eftermälet. Stiftelsen Övralid och Heidenstams sista vilja", *Sammlaren* 2005.

- Nyblom, Andreas, *Ryktbarhetens ansikte. Verner von Heidenstam, medierna och personkulten i sekelskiftets Sverige*, Stockholm: Atlantis 2008.
- Nygren, Gunnar, & Maria Zuiderveld, *En himla många kanaler. Flerkanalpublicering i svenska mediehus*, Göteborg: Stiftelsen Etermedierna i Sverige samt NORDICOM 2011.
- Olofsson, Sven-Åke, "En revolutionerande tid. Sven-Åke Olsson om HDS moderna historia", i *125 års dagblad. En rapsodisk tidningskrönika*, Jonas Nilsson (red.), Helsingborg: Helsingborgs Dagblads förlag 2002.
- Olsson, Jesper, *Remanens. Eller bandspelaren som re-pro-du-da-ktionsteknologi*, Hägersten: CO-OP 2011.
- Olsson, Lars O., "Offshore som livboj. Varvskrisen och försöken till omorientering", i *Den konstruerade världen. Tekniska system i historiskt perspektiv*, Pär Blomkvist & Arne Kaijser (red.), Stockholm & Stehag: Symposium 1998.
- Oscarsson, Ingemar, "Hugo Nisbeth och *Det nya riket*. En punktstudie i Strindbergs förhållande till pressen", i *I musernas sällskap. Konstarter och deras relationer*, Bernt Olsson, Jan Olsson & Hans Lund (red.), Höganäs: Wiken 1992.
- Parikka, Jussi, *What is media archaeology?*, Cambridge & Malden: Polity 2012.
- Peters, John Durham, "Introduction. Friedrich Kittler's light shows", i Friedrich Kittler, *Optical media. Berlin lectures 1999*, Cambridge & Malden: Polity 2010.
- Petersson, Birgit, "Tidningar som industri och parti (1880–1897)", i *Den svenska pressens historia*, II. *Åren då allting hände (1830–1897)*, Karl Erik Gustafsson & Per Rydén (red.), Stockholm: Ekerlid 2001.
- Petersson, Olof, & Ingrid Carlberg, *Makten över tanken. En bok om det svenska massmediesamhället*, Stockholm: Carlsson 1990.
- Porter, Roy, *Enlightenment. Britain and the creation of the modern world*, London: Allen Lane 2000.
- Rahm, Henrik, *Journalistikens anatomi. Analyser av genrer och textgenrer i fem strejkbevakningar i svensk dagspress 1879–1966*, Lund: Institutionen för nordiska språk, Lunds universitet 2001.
- Rettberg, Jill Walker, *Blogging*, Cambridge: Polity Press 2009.
- Richardson, Gunnar, & Karl Axel Wengström, "Riksdagsprotokollen som historiskt källmaterial", *Historisk tidskrift* 1975.
- Robbins, Bruce (red.), *The phantom public sphere*, Minneapolis: University of Minnesota Press 1993.
- Roberts, Nick, & John Michael Crossley (red.), *After Habermas. New perspectives on the public sphere*, Oxford: Blackwell 2004.
- Rosengren, Cecilia, *Tidevarvets bättre genius. Föreställningar om offentlighet och publicitet i Karl Johantidens Sverige*, Stockholm: Symposium 1999.
- Rydén, Per, "Guldåldern (1919–1936)", i *Den svenska pressens historia*, II. *Det mo-*

- dena Sveriges spegel (1897–1945)*, Karl Erik Gustafsson & Per Rydén (red.), Stockholm: Ekerlid 2001.
- Samuelsson, Ingrid, ”Konsumentupplysning och reklam”, i *Sveriges Radio Årsbok* 1960.
- Sandberg, Mark B., *Living pictures, missing persons. Mannequins, museums, and modernity*, Princeton & Oxford: Princeton University Press 2003.
- Santesson, Sara, ”Chefredaktörens invit. En analys av genren veckotidningsledare”, opublicerad kandidatuppsats, Institutionen för nordiska språk, Lunds universitet 2008.
- Schudson, Michael, *Discovering the news*, New York: Basic Books 1978.
- Schudson, Michael, *The power of news*, Cambridge, Mass. & London: Harvard University Press 1995.
- Schwartz, Vanessa R., *Spectacular realities. Early mass culture in fin-de-siècle Paris*, Berkeley: University of California Press 1998.
- Schön, Lennart, *En modern svensk ekonomisk historia. Tillväxt och omvandling under två sekel*, Stockholm: SNS förlag 2000.
- Sennett, Richard, *The fall of public man. On the social psychology of capitalism*, New York: Vintage Books 1978.
- Simmel, Georg, ”Storstäderna och det andliga livet”, i *Hur är samhället möjligt? Och andra essäer*, Göteborg: Korpen 1995.
- Snickars, Pelle, ”Arkivet – ett medium?”, *Arkiv, samhälle och forskning* 2005:2.
- Snickars, Pelle, ”Minns nätet allt?”, *Ord & Bild* 2010:5.
- Snickars, Pelle, ”Om ny och gammal mediehistoria”, *NORDICOM-Information* 2006:1.
- Snickars, Pelle, *Svensk film och visuell masskultur 1900*, Stockholm: Aura 2001.
- Snowden, Colette, ”Reporting by phone”, i *Residual media*, Charles R. Acland (red.), Minneapolis & London: University of Minnesota Press 2007.
- Sterne, Jonathan, *The audible past. Cultural origins of sound reproduction*, Durham, NC & London: Duke University Press 2003.
- Sturken, Marita, *Tourists of history. Memory, kitsch, and consumerism from Oklahoma City to Ground Zero*, Durham NC & London: Duke University Press 2007.
- Stöber, Rudolf, ”What media evolution is. A theoretical approach to the history of new media”, *European Journal of Communication* 2004:4.
- Sumerton, Jane, ”Stora tekniska system. En introduktion till forskningsfältet”, i *Den konstruerade världen. Tekniska system i historiskt perspektiv*, Pär Blomkvist & Arne Kaijser (red.), Stockholm & Stehag: Symposion 1998.
- Sundin, Bosse, ”Organisera eder verksamhet! Några tankar om industriell organisation och social ordning i början av 1900-talet”, i *Kaos och ordning. Uppsatser från tvärvetenskapligt symposium*, Umeå: Institutionen för idéhistoria, Umeå universitet 1982.
- Surowiecki, James, *The wisdom of crowds. Why the many are smarter than the few and*

- how collective wisdom shapes business, economics, society and nations*, London: Little Brown 2004.
- Svensson, Jan, *Kommunikationshistoria. Om kommunikationsmiljön i Sverige under fem sekler*, Lund: Studentlitteratur 1988.
- Sylwan, Otto, *Svenska pressens historia till statshvälfningen 1772*, Lund: Gleerup 1896.
- Sörlin, Sverker, *Framtidslandet. Debatten om Norrland och naturresurserna under det industriella genombrottet*, Stockholm: Carlsson 1988.
- Tapscott, Don, & Anthony D. Williams, *Wikinomics. How mass collaboration changes everything*, New York: Portfolio 2006.
- Thomas Huges, "The evolution of large technical systems", i *The social construction of technological systems. New directions in the sociology and history of technology*, Wiebe Bijker, Thomas Huges & Trevor J Pinch (red.), Cambridge, Mass. & London: MIT Press 1989.
- Thompson, John B., *Medierna och moderniteten*, Göteborg: Daidalos 2001.
- Thompson, John B., *The media and modernity. A social theory of the media*, Stanford: Stanford University Press 1995.
- Thorburn, David, & Henry Jenkins, "Introduction. Toward an aesthetics of transition", i *Rethinking media change. The aesthetics of transition*, David Thorburn & Henry Jenkins (red.), Cambridge, Mass. & London: MIT Press 2003.
- Thorburn, David, & Henry Jenkins (red.), *Rethinking media change. The aesthetics of transition*, Cambridge, Mass. & London: MIT Press 2003.
- Thorngren, Bertil, "Telekommunikationer och samhällsutveckling", i *Hallå, hallå! Rapport från ett symposium om telekommunikationernas samhällsroll*, Björn Fjaestad (red.), Stockholm: Riksbankens Jubileumsfond 1977.
- Thunqvist, Per Anders, ... *mer än tusen ord. 50 års bildhantering i Sverige*, Hägersten: Foto pat 2000.
- Thurén, Torsten, *Vinklad verklighet. Journalisten, sanningen och fantasin*, Solna: Esselte studium 1986.
- Tigerstedt, E[ugène] N[apoleon] (red.), *Ny illustrerad svensk litteraturhistoria, IV. Åttiotal, nittiotal*, Stockholm 1957.
- Titus, A. Costandina, "The mushroom cloud as kitsch", i *Atomic culture. How we learned to stop worrying and love the bomb*, Scott C. Zeman & Michael A. Amundson (red.), Boulder: University Press of Colorado 2004.
- Tjerneld, Staffan, *Hasse Z. En svensk humorist*, Stockholm: Bonnier 1962.
- Torbacke, Jarl, "Nu grundläggs den moderna utvecklingen (1809-1830)", i *Den svenska pressens historia, I. I begynnelsen (tiden före 1830)*, Karl Erik Gustafsson & Per Rydén (red.), Stockholm: Ekerlid 2000.
- Tuchman, Gaye, *Making news. A study in the construction of reality*, New York: Free Press 1980.
- Tuchman, Guye, "Objectivity as a strategic ritual. An examination of news-

- men's notion of objectivity", *American Journal of Sociology* 1972:4.
- Turow, Joseph, *Media systems in society. Understanding industries, strategies, and power*, New York: Longman 1992.
- Urry, John, *The tourist gaze*, London: Sage 2002.
- Walzer, Michael, "On the role of symbolism in political thought", *Political Science Quarterly* 1967:2.
- Weart, Spencer R., *Nuclear fear. A history of images*, Cambridge Mass.: Harvard University Press 1988.
- Weisgall, Jonathan M., *Operation Crossroads. The atomic tests at Bikini atoll*, Annapolis: Naval Institute Press 1994.
- Verhoef, Mia, "De som vågar. Helsingborgs Dagblad och Sundsvalls Tidning", i *Pressen på internet*, Lowe Hedman (red.), Uppsala: Institutionen för informationsvetenskap, Uppsala universitet 1998.
- Williams, Raymond, *Marxism and literature*, Oxford: Oxford University Press 1977.
- Williams, Raymond, *TV. Teknik och kulturell form*, Lund: Arkiv 2001.
- Winkler, Allan M., *Life under a cloud. American anxiety about the bomb*, New York: Oxford University Press 1993.
- Winston, Brian, *Media, technology and society. A history. From the telegraph to the Internet*, London & New York: Routledge 1998.
- Vismann, Cornelia, "Out of file, out of mind", i *New media, old media. A history and theory reader*, Wendy Hui Kyong Chun & Thomas Keenan (red.), New York & London: Routledge 2006.
- Vismann, Cornelia, *Files. Law and media technology*, Stanford: Stanford University Press 2008.
- Yates, JoAnne, *Control through communication. The rise of system in American management*, Baltimore: Johns Hopkins University Press 1993.
- Young, James, *The texture of memory. Holocaust memorials and meaning*, New Haven: Yale University Press 1993.
- Zeman, Scott C., & Michael A. Amundson (red.), *Atomic culture. How we learned to stop worrying and love the bomb*, Boulder: University Press of Colorado 2004.
- Åhrén Snickare, Eva, *Döden, kroppen och moderniteten*, Stockholm: Carlsson 2002.
- Östling, Robert, *Beteendekonomi och konsumentpolitik*, Stockholm: Regeringskansliet 2009.

## Medverkande

Om inget annat anges är skribenterna verksamma inom mediehistoria vid Institutionen för kommunikation och medier, Lunds universitet.

**SIMON BÜLOW** är ABM-masterstudent med arkivvetenskaplig inriktning vid Lunds universitet och har skrivit kandidatuppsats i mediehistoria.

**MARIE CRONQVIST** är docent i historia och universitetslektor i journalistik och mediehistoria. Hennes tidigare forskning har berört i första hand krig och medier, kalla krigets kulturhistoria samt civilt försvarets mediala strategier i gränslandet mellan ofärd och välfärd. Ett nyligen uppstartat forskningsprojekt handlar om relationerna mellan Sverige och DDR på televisionens område under 1960- och 1970-talen.

**ERIK EDOFF** är verksam som doktorand i mediehistoria. Han har en magisterexamen i kulturvetenskap från Linköpings universitet. Avhandlingsprojektet handlar om boulevardpressen och mediasystemet i Stockholm under 1800-talets sista decennier. Särskilt intresserar han sig för hur företeelsen storstad beskrevs och konstruerades i boulevardtidningarna.

**SOPHIE ELSÄSSER** är FD i mediehistoria och verksam som lärare i journalistik, mediehistoria och medie- och kommunikationsvetenskap. 2012 utkom hennes avhandling, *Att skapa en konsument. Råd & Rön och den statliga konsumentupplysningen*. Hon har därefter fortsatt med ett projekt om konsumentjournalistikens utveckling sedan 1990-talet och ett om journalistik om konsumtion. Hon har tidigare arbetat som journalist.

**JAN HINDERSON** är FD i mediehistoria och verksam som journalist på *Sydöstran* i Karlskrona. 2013 disputerade han på *Webbens vägar. Om webbjournalistikens etablering och utveckling vid tre svenska lokala och regionala tidningar 1995–2013*.

**JOHAN JARLBRINK** är FD i kultur och samhälle och universitetslektor i medie- och kommunikationsvetenskap vid Umeå universitet och har under flera år varit knuten till mediehistoria vid Lunds universitet. Han har bland annat forskat om journalistikens yrkesroller i skönlitteratur och film, historiska läspraktiker och journalistikens teknikhistoria. I ett pågående projekt undersöker han sökmotorer i papper kring sekelskiftet 1900.

**CHARLIE JÄRPVALL** är doktorand i mediehistoria. I sitt avhandlingsprojekt studerar han papper som kommunikationsmedium på kontor under mitten av förra seklet i Sverige. Järpvall har en master i biblioteks- och informationsvetenskap och har bland annat arbetat på Linköpings universitetsbibliotek.

**EMILIA LJUNGBERG** är FD i mediehistoria och verksam som lärare i mediehistoria och medie- och kommunikationsvetenskap. Hon disputerade 2012 på *Global lifestyles. The construction of places and identities in travel writing*. För närvarande forskar hon om svenska reseskildringar under 1900-talet och konstruktionen av en nationell identitet i mötet med det främmande.

**PATRIK LUNDELL** är docent i idé- och lärdomshistoria och universitetslektor i mediehistoria med inriktning mot journalistik och har bland annat forskat om redaktörsideal under 1700- och 1800-talen och om den svenska pressens legitimitetssträvanden. För närvarande är han främst engagerad i ett projekt om svenska protyska intellektuellas nätverk, idealbildning och kunskapsimport kring andra världskriget.

**SOFI QVARNSTRÖM** är FD i litteraturvetenskap och verksam som biträdande universitetslektor i retorik vid Institutionen för kommunikation och medier, Lunds universitet. Hon har forskat om skönlitteratur som motståndshandling. Avhandlingen *Motståndets berättelser. Elin Wägner, Anna Lenah Elgström, Marika Stiernstedt och första världskriget* utkom 2009. Nu arbetar hon med ett projekt om Norrlandsfrågans mediala representationer med utgångspunkt i frågan om fiktionens retoriska potential i tider av stora sociopolitiska förändringar.



# Personregister

- Adeniji, Anna 16  
Adorno, Theodor W. 176  
Agar, John 223, 235  
Albinsson, Göran 204  
Anderson, Benedict 22, 130  
Andersson, Tommy 18  
Azariah, Deepti Ruth 138,  
147, 148
- Baker, Ray Stannard 48  
Becker, Peter 62, 219  
Bell, David 142  
Bergström, Sören 206  
Berners-Lee, Tim 95  
Bernstein, Carl 49, 50  
Bildt, Carl 95, 96  
Björck, Oscar 160  
Björck, Staffan 160–162  
Björklund, Tom 199  
Blandy, W.H.P. 120, 122  
Bly, Nelly 47  
Boczkowski, Pablo 95, 108  
Bohman, Gösta 165  
Bolter, Jay David 50  
Boorstin, Daniel J. 28  
Bourdieu, Pierre 142  
Bovallius, Carl 73–78, 86,  
88  
Boyer, Paul 118  
Bradley, David 123  
Brewer, John 222  
Briggs, Åsa 185  
Burenstam Linder, Staffan  
210, 216  
Burke, Peter 185  
Burke, Kenneth 92
- Bücher, Karl 183  
Capelli, Gloria 138  
Carlsson, Cajsa Lykke 135,  
139–146, 148, 150  
Carlsson, Ebbe 53, 54  
Charmantier, Isabelle 218  
Clark, William 62, 219  
Clinton, Bill 95  
Cooke, Lynn 106  
Coppola, Francis Ford 54  
Crary, Jonathan 190  
Crystal, David 138  
Czarniawska, Barbara 60
- Daston, Lorraine 57, 66  
Davis, Jeffrey Sasha 128  
Dayan, Daniel 28  
DeGroot, Jerome 121  
Domingo, David 95, 108
- Edison, Thomas 45  
Ekström, Anders 16, 89  
Ekström, Mats 59  
Elfving, Ulf 93, 94, 99  
Engqvist, Agneta 143  
Ernst, Wolfgang 219
- Falkirk, Anders 143  
Feller, Paul 19, 22–30, 32  
Fischer, Otto 17  
Flichy, Patrice 100  
Forsell, Jacob 153  
Foucault, Michel 16, 219  
Franck, Lennart 98  
Freud, Sigmund 58  
Fritzsche, Peter 20
- Fälldin, Thorbjörn 155, 156,  
165–167, 169
- Galison, Peter 57  
Gardeström, Elin 200  
Gardey, Delphine 220, 222,  
237  
Garnert, Jan 34  
Gedin, Per I. 155, 161, 162, 165  
Gerentz, Sven 57  
Gitelman, Lisa 11, 14, 18, 183  
Gore, Al 95  
Greiff, Mats 221  
Grusin, Richard 50  
Guillory, John 222, 234  
Guillou, Jan 53, 54, 58, 59  
Gustafsson, Torsten 43, 53, 55,  
56, 58  
Guyau, Jean-Marie 48  
Götselius, Thomas 17
- Habel, Ylva 16  
Habermas, Jürgen 13, 175–177,  
179, 183–185, 187  
Haider, Jutta 158  
Hallström, Per 67, 69, 82, 83,  
85, 86  
Hammar skjöld, Dag 153, 154  
Hannerz, Ulf 16, 185  
Hansson, Michael 101, 105,  
107  
Harvard, Jonas 186  
Hatt, Anna-Karin 168  
Hayworth, Rita 124  
Heidenstam, Verner von 15,  
24, 155, 156, 158–165, 169

- Henell, Olof 211  
 Heurgren, Sven 210  
 Hirn, Sven 154  
 Hollows, Joanne 142, 151  
 Holmström, Allan 35, 36  
 Honda, Ishiro 123  
 Hope, Bob 118  
 Horkheimer, Max 176  
 Huges, Thomas 95  
 Hultén, Lars J. 59  
 Hurd, Madeleine 186  
 Hällgren, Anna-Maria 40  
 Högbom, Arvid 89
- Jansson, Sven 45  
 Jernudd, Åsa 21, 37  
 Juhász Toth, Hedvig 105  
 Jülich, Solveig 16, 89  
 Jönsson, Eskil 93, 97, 100, 101, 104, 107
- Kafka, Ben 219  
 Kant, Immanuel 178  
 Karlsson, Bobo 143, 144  
 Katz, Elihu 28  
 Keen, Oscar 29  
 Kempe, Frans 73, 80, 89  
 Kessibuki, Juda 119  
 Kittler, Friedrich 11, 16, 58, 68, 219, 227  
 Klingborg, Christer 97, 100  
 Kress, Gunter 151  
 Kubrick, Stanley 124  
 Kylhammar, Martin 154–157, 161, 162, 169, 170
- Landsberg, Alison 114, 130  
 Latour, Bruno 45, 59  
 Leeuwen, Theo van 151  
 Leijonhufvud, Göran 143  
 Lindgren, Astrid 153  
 Lindqvist, Sven 198, 199, 206  
 Lindskog, Johan 141, 143  
 Ling, Rich 100  
 Lippmann, Walter 183  
 Londre, Albert 47  
 Lundberg, Anna 16  
 Lundgren, Karl Hjalmar 24  
 Lundström, Axel N. 89  
 Lundström, Georg (Jörgen) 8, 23–28, 30–34, 37, 38, 40–42  
 Lynn, Vera 124
- Matsson, Katarina 147  
 McLuhan, Marshall 219  
 Mellgren, Qvintus 23, 24  
 Morse, Terry O. 123  
 Muhlmann, Géraldine 47, 48  
 Müller-Ville, Stefan 218  
 Myrdal, Gunnar 194
- Nadar, Félix 19  
 Ney, Birgitta 47  
 Niedenthal, Jack 126, 129  
 Nietzsche, Friedrich 68  
 Nisbeth, Hugo 23  
 Nixon, Richard 50  
 Norlander, Emil 32  
 Nyberg, Gunne 221, 223, 229, 230  
 Nyblom, Andreas 16, 24, 155, 161, 162  
 Nyströmer, Bertil 10, 217, 221
- O'Yeah, Zac 143  
 Olsson, Jesper 51  
 Oppenheimer, Robert 132  
 Ortmark, Åke 203, 204  
 Oscar 11 34, 35
- Packard, Vance 199  
 Parikka, Jussi 219  
 Poppius, Set 45  
 Powers, Grant 121
- Rodell, Magnus 16  
 Rolla, Victor 8, 30, 32–38, 42  
 Rommerud, Sid 51, 52  
 Rosenqvist, Eva 139  
 Rosenqvist, Magnus 139  
 Rydin, Herman Ludvig 189
- Samuelsson, Ingrid 198  
 Savatski, John 110  
 Schudson, Michael 47, 48  
 Schwartz, Vanessa R. 20, 32, 42  
 Selassie, Haile 51, 52  
 Séverine (Caroline Rémy de Guebhard) 47  
 Siegert, Bernhard 219, 228  
 Sillén, Oskar 220  
 Simmel, Georg 38  
 Sköldqvist, Nina 107  
 Snickars, Pelle 16, 17
- Snowden, Colette 44  
 Sommeliuss, Ove 98  
 Sommeliuss, Staffan 98  
 Sommeliuss, Sören 98, 99  
 Stadling, Jonas 72–77, 79, 80, 86–88, 90, 92  
 Steffens, Lincon 48  
 Sterne, Jonathan 63  
 Strindberg, August 161  
 Sturken, Marita 125  
 Stöber, Rolf 103  
 Sundin, Bosse 227  
 Sundin, Olof 158
- Tardini, Guiseppe 23, 25  
 Taube, Evert 153  
 Tengelin, Sten 203, 204, 211, 215  
 Thatcher, Margaret 140  
 Thorwall, Kerstin 143  
 Thurén, Torsten 59  
 Titus, A. Constandina 125  
 Tjerneld, Staffan 41  
 Tolvhed, Helena 16  
 Treffenberg, Curry 73, 78–82, 88, 89  
 Tschichold, Jan 232  
 Tuchman, Gaye 60, 183  
 Turkel, Stud 51  
 Tångeberg, Håkan 221, 227, 228
- Ullsten, Ola 165  
 Vismann, Cornelia 228, 229
- Wallqvist, Örjan 58, 59  
 Wallraff, Günter 49  
 Weisgall, Jonathan 119, 122  
 Wennerström, Stig 53  
 Wheeler, Tony 138, 147  
 Wilhelmsson, Lars 98  
 Williams, Raymond 185  
 Williams, Tim 128  
 Williamsson, Noah 111  
 Winston, Brian 104, 109  
 Woodward, Bob 49  
 Wärmeryd, Karl-Erik 203, 204, 211, 215
- Yates, JoAnne 236  
 Young, James 115







Gamla medier har en gång varit nya, och med nya medier har kommunikationens förutsättningar förändrats. Medierna är i ständig rörelse, men det är även våra föreställningar om och användning av dem. I denna bok undersöks hur en rad medier har format och formats av bland annat sociala, tekniska och politiska förhållanden. Fallstudierna behandlar så skilda fenomen som 1700-talets deltagande medieformer, ballonguppstigningar som mediehändelser vid sekelskiftet 1900, det så kallade blankettraseriet under 1940-talet och 1990-talets webbjournalistikpionjärer. Alla utgår de från att förståelsen av historiska medier kräver undersökningar av hur medierna har fungerat i sina specifika sammanhang – men också att all historieskrivning i grunden har att hantera medier.

Omslagsbild: En översikt av den kontoriserade kommunikationens materiella villkor.  
Ur: *Kontorsorganisation* år 1949

MEDIEHISTORISKT ARKIV NR 25

LUNDS UNIVERSITET

ISBN 978-91-88468-32-1

