



# FILM I STADENS TJÄNST

GÖTEBORG 1938–2015

*Erik Florin Persson*



STADEN VID GÖTA ÄLV (1938)



DEN GYLLENE PORTEN (1957)



GÖTEBORO (1973)



GÖTEBORO - WE LOVE YOU (2003)





# Film i stadens tjänst

*Göteborg 1938–2015*

ERIK FLORIN PERSSON

## Innehåll

**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 Elisabet Björklund (Linnéuniversitetet), Marie Cronqvist (Lunds universitet), Anna Dahlgren (Stockholms universitet), Johan Jarlbrink (Umeå universitet), Åsa Jernudd (Örebro universitet), Solveig Jülich (Uppsala universitet), Charlie Järpvall (Linnéuniversitetet), Mats Jönsson (Göteborgs universitet), Matts Lindström (Uppsala universitet), Patrik Lundell (Örebro universitet), Charlotte Nilsson (Lunds universitet), Sonya Petersson (Stockholms universitet) och Pelle Snickars (Umeå universitet).

Redaktör: Andreas Nyblom (Linköpings universitet)

I digital form är Mediehistoriskt arkiv en CC-licensierad bokserie – erkännande, icke-kommersiell, inga bearbetningar 3.0. Böckerna kan fritt laddas ned i pdf-format från [www.mediehistorisktarkiv.se](http://www.mediehistorisktarkiv.se). Vi ser gärna att de används och sprids.

Fysiska böcker kan beställas via nätbokhandlare eller 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)

Denna avhandling har tryckts med bidrag från:  
Holger och Thyra Lauritzens stiftelse  
Längmanska kulturfonden  
Sven och Dagmar Saléns stiftelse

Utgivare: Föreningen Mediehistoriskt arkiv, Lund

**MEDIEHISTORISKT ARKIV NR 49**

Grafisk form: Johan Laserna  
Bildredigering: David Laserna  
Tryck: Bulls Graphics, Halmstad 2021

ISSN 1654-6601

ISBN (tryck): 978-91-985801-8-1

ISBN (pdf): 978-91-985801-9-8

<b>1. Inledning</b>	13
Syfte och frågeställningar	17
Terminologi och forskningsfält	18
Beställningsfilm och <i>useful cinema</i>	18
Beställningsfilm och dokumentärfilm	24
Reklam, propaganda och information	26
Kommunal stadsfilm	29
Staden och filmen bortom den globala metropolen	32
Från storskalig planering till entreprenörskap	34
Kommunal reklam, information och marknadsföring	38
Göteborg som stad och kommun	40
Material, källor och arkiv	41
Studerade filmer	45
Analog och digital film	46
Disposition	47
<b>2. Metod och teori</b>	49
Att studera beställningsfilm:	
Metodologiska och teoretiska ingångar	51
Beställningsfilm, närläsning och topikanalys	56
Urbana topiker	58
Indexikalitet och modus	60
Film och nya medier	63
Styrning och välfärdsstat	64
Bilden av staden: Stadsidentitet, rum och plats	65

<b>3. Historisk bakgrund och tidigare forskning</b>	71
Göteborgsutställningen 1923	71
Beställningsfilm i Sverige: Historik och tidigare forskning	74
Svensk stadsfilm: Historik och tidigare forskning	80
<b>I</b>	
<b>4. Brytningstid och välfärdsstat.</b>	
<b>Kommunal stadsfilm i Göteborg under 1930- och 1940-talen</b>	85
Göteborg och den urbana ingenjörskonsten	86
Kommunal stadsfilm och det svenska filmlandskapet under 1930- och 1940-talen	87
Hamnstad i brytningstid: <i>Staden vid Göta älv</i> (1938)	90
<i>Staden vid Göta älv</i>	94
Fiskeläget och hamnstaden: En första utsiktspunkt	96
Klasskillnader i hamnstaden	97
Mellan svunna tider och nuet	99
Vyer, rumslighet och seendeakter	101
Detaljer, syntes och dokumentära strategier	104
Distribution, mottagande och den lokala publiken	105
Den funktionalistiska staden: Stadsplanechefens förslag	106
Demokratisk fostran och pastoral makt:	
<i>Sveriges port mot väster/Staden vid Västerhavet</i> (1946)	109
Demokratisk fostran och skattepropaganda	111
<i>Sveriges port mot väster</i>	114
Audiovisuella strategier	116
Den ansvarsfulla staden och arbetets melodi	118
Filmens röst och den lokala publiken	121
Från vaggan till graven: Pastoral makt och urban ingenjörskonst	122
En snabbtur genom Göteborg: <i>Staden vid Västerhavet</i>	124
Veden på Gustaf Adolfs torg: Beställningsfilm, pragmatism och livslängd	125
Beställningsfilm i lokala och nationella arkiv	128
Efterspel: Ett misslyckat prestigeprojekt?	129

<b>5. Rekordåren.</b>	
<b>1950- och 1960-talens kommunala stadsfilmer</b>	131
Beställningsfilm, stadsfilm och ett filmlandskap i förändring	134
Med turistens nyfikna ögon: <i>Den gyllene porten</i> (1957)	136
<i>Den gyllene porten</i>	137
Mot turister och besökare	140
Nationell och internationell distribution	143
En synnerligen angelägen uppgift:	
<i>Göteborg – Hjärtpunkt i Norden</i> (1964)	147
<i>Göteborg – Hjärtpunkt i Norden</i>	153
Denna unga stad	156
Med förbindelser till alla världsdelar	159
En trivsamt helhet: Staden sedd från stadsplanerarens kontor	161
Inom och utom landet: Distribution, visning och mottagande	165
Kommunal stadsfilm, välfärdsstat och dispositiv	170
En stadsfilm på rekordårens höjdpunkt	171

## II

<b>6. Grus i maskineriet.</b>	
<b>Kommunal information och en Göteborgsfilm från 1973</b>	173
Kommunal information	175
Att sprida kännedom om staden: <i>Göteborg</i> (1973)	176
<i>Göteborg</i>	179
Stadens och stadsfilmens nya stil	182
Den internationella och kommersiella staden	185
Kvinna i storstaden	188
Den fordristiska och postfordristiska staden	190
En misslyckad informationsfilm? Distribution, visningskontexter och mottagande	192
Kommunal stadsfilm i brytningstid	197

<b>7. Mellan välfärd och entreprenörskap.</b>	
<b>Kommunal film- och videoproduktion i Göteborg under 1980-talet</b>	199
Hur säljer man en bit av världen, som denna? Kommunal stadsfilm inom Gothenburg Region Promotion Office	202



Filmprojekt att möta krisen med: <i>Gothenburg goes offshore</i> (1981)	
och <i>Gothenburg – Gateway to Scandinavia</i> (1983)	203
<i>Gothenburg goes offshore</i>	207
<i>Gothenburg – Gateway to Scandinavia</i>	209
Industrifilm, stadsfilm och bilden av Göteborg	210
En (arbetar-)stad att vara stolt över: <i>A west side story</i> (1985)	215
En enkel informationsfilm: <i>Göteborg – Porten mot väster</i> (1982)	218
<i>Göteborg – Porten mot väster</i>	220
En enkel informationsfilm	222
I skuggan av krisen och välfärdsstatens stadsbyggnad	225
Informationsfilm, sponsorer och dispositiv	228
Mot slutet av ett decennium och en epok	231



## 8. Vitsen med Göteborg.

<b>Stadsfilm i evenemangsstaden 1991–2010</b>	235
Entreprenörsurbanism och den delade staden	238
Evenemangsstaden och stadsfilmen	240
Tre filmer: Produktion, distribution och mottagande	241
Beställningsfilm, prestige och flyktighet	243
<i>Göteborg – The friendly city</i> (1997)	244
<i>Göteborg – We love you</i> (2003)	246
<i>go: Meet the world in Gothenburg</i> (2010)	248
En ny typ av stadsfilm	249
Det spektakulära, konstgjorda och generiska	252
Publikhavet, folkligheten och det offentliga rummet	255
Från folklighet till kreativitet: Evenemangsstaden ömsar skinn	261

## 9. En gemensam bild av Göteborg.

<b>Hamnstadens återkomst och staden som varumärke 2010–2015</b>	263
Den kreativa klassen och konstruktionen av autenticitet	266
Egen, äkta och genuin	268
<i>One Voice</i> (2013)	269
Hamnstadens (visuella) återkomst	271
Databasen och den flyktiga stadsfilmen	272
Väder, vind och autenticitet	274

Berättelsen om Göteborg: <i>Hållbar stad öppen för världen</i> (2015)	278
Stadens film och berättelsen om Göteborg	280
<i>Hållbar stad öppen för världen</i>	281
Denna gråa stad: Det lokala, nationella och omvärlden	284
Den undflyende hamnstaden	286
Det platsspecifika och det generella	289
Framsteg och gemenskap	290
Att styra bilden av staden	292

## 10. Beställningsfilm, kommunal stadsfilm och bilden av Göteborg 1938–2015

Att kartlägga och analysera beställningsfilm	296
Den ”orena” filmhistorien: Beställningsfilm, arkiv och digitalisering	299
Ett intrikat samspel: Estetik, ekonomi och materialitet	302
Beställare och finansärer: Den kommunala stadsfilmens mångtydighet	303
Kommunal stadsfilm som reklam, information och marknadsföring	304
Från välfärd till entreprenörskap	305
Bilden av Göteborg och styrningen av staden	307
Styrningen av staden mellan framsteg och gemenskap	308
Kommunal stadsfilm i den fordristiska och postfordristiska staden	312
Framtida forskning	313

\*

Noter	316
Kommunala stadsfilmer i Göteborg 1938–2015	373
Förkortningar	380
Källor och litteratur	381
English summary	413
Tack!	424
Appendix 1. Turistorganisationer i Göteborg med omnejd 1937–	428
Bildregister	429
Personregister	431

*Till Isak och Rut*

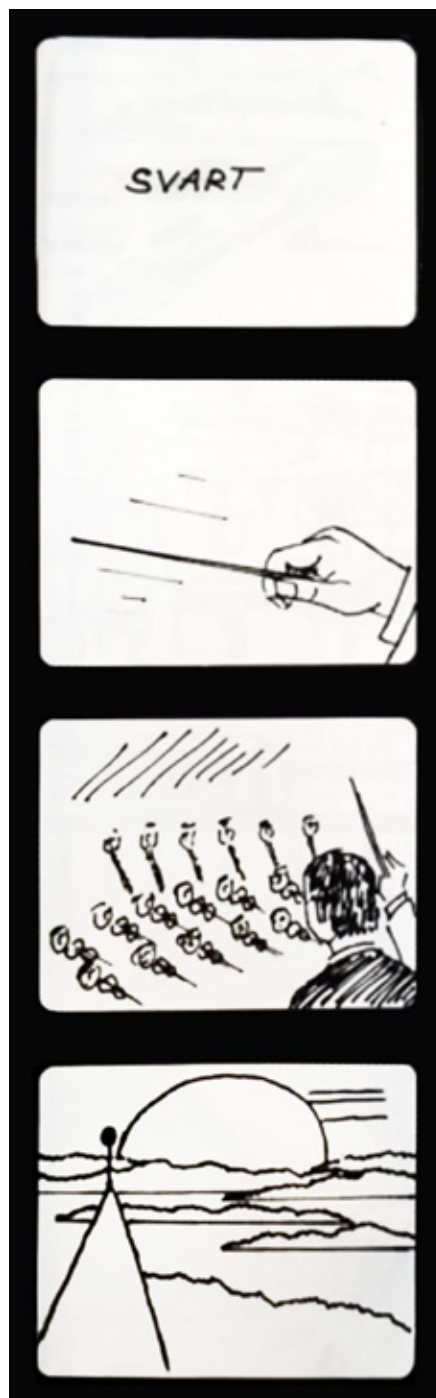
There are many histories of the moving image, only some of which belong to the movies.

Thomas Elsaesser, "Archives and archaeologies"

Den officiella berättelsen om Göteborg handlar om köpskap och gemyt, om det som förenar i stället för att slå isär, om en strävan efter samhällelig ordning och gemenskap; något som fick en ironisk kommentar under den så kallade Stadsteaterkrisen i slutet av 1990-talet när en person hade tapetserat träden i Vasaallén med egenhändigt tillverkade affischer, bland annat med följande text: "Lilla London eller stora Borås?"

Magnus Haglund, *Den nakna staden*





Ur bildmanus till *A west side story* (1985)  
 producerad på beställning av Gothenburg  
 Region Promotion Office.

## 1. Inledning

Hur skulle det gå med ett affärsföretag, som icke använde sig av reklamen? Kommunen är också ett företag. Det räcker inte med, att man gör i ordning fina gator, goda bostäder etc. Det måste också finnas människor, som gå på gatorna och bo i husen. Den kommunala propagandan skall även gå ut på att skaffa företaget-staden bättre finanser genom att tillföra den fler industrier, mera handel och sjöfart. Viktigast för den kommunala propagandan är, att man skaffar den en organisation. Den enskilde individen måste också delta. Han måste förstå, att varje turist, som belåten lämnar staden, är en levande reklam för denna.<sup>1</sup>

Det har nu gått ett tiotal år sedan början gjordes här i Sverige med att upptaga stadsfilmer. Det är dock först på senare tiden, som tanken här på mera allmänt trängt igenom – ett stort antal städer ha nu antingen redan upptagit filmer eller stå i begrepp att så göra. Avsikten med dessa stadsfilmer är i regel tvåfaldig: dels att åt eftervärlden på ett mera levande och åskådligt sätt än som kan ske genom fotografier bevara bilden av vår tids stad med dess pulserande liv, dess inrättningar o.s.v., dels att ur turist- eller näringspolitisk synpunkt göra reklam för staden.<sup>2</sup>

I några artiklar och notiser i *Svenska stadsförbundets tidskrift* under 1930-talet uppmärksammades på det här sättet ett växande intresse för reklam och propaganda bland svenska städer och kommuner.<sup>3</sup> I texterna lyftes fram att reklam- och propagandaaktiviteterna syftade till att stimulera turismen och näringslivet, men att de också kunde vara ett sätt att stärka "lokalpatriotismen".<sup>4</sup> Under rubriker som "Stadsfilmer – för eftervärlden och som reklam" uppmärksammades även städernas satsningar på att använda filmmediet i detta arbete.<sup>5</sup> Här betonades filmens kulturhistoriska potential, med vars hjälp försvinnande stadsmiljöer kunde dokumenteras för framtiden. Men framför allt framhölls filmens möjligheter i städernas och kommunernas självrepresentation, som ett medel för att attrahera turister och näringsliv. Språkbruket i texterna kan upplevas som daterat, där termerna reklam och propaganda används om vartannat.<sup>6</sup> Men ande-

meningen klingar bekant för en läsare på 2020-talet: än idag strävar städer och kommuner efter att visa upp sig från sin bästa sida för att attrahera företag, turister och nya invånare. Bland dagens medel syns allt från iögonfallande arkitektur, internationella evenemang, och mer eller mindre fantasifulla och internationellt gångbara slogans. 2005 lanserades till exempel Stockholms slogan ”The Capital of Scandinavia”<sup>7</sup> och ett knappt decennium senare presenterade Göteborgs kommun ett nytt ”huvudbudskap” för sin kommunikation: ”Hållbar stad öppen för världen”.<sup>8</sup> Precis som under 1930-talet används även idag rörlig bild i detta arbete, även om den mediala tekniken och sätten att sprida audiovisuellt material har förändrats, och som en del av det nya huvudbudskapet producerade stadskansliet i Göteborg 2015 en knappt fyra minuter lång film om staden som går att ta del av via kommunens hemsida och andra digitala kanaler.<sup>9</sup>

I den här avhandlingen studeras kommunal stadsfilm i Göteborg från 1938 till 2015. Totalt 14 större filmprojekt om Göteborg, där kommunen direkt eller indirekt varit involverad, kommer att analyseras: från den 15 minuter långa filmen *Staden vid Göta älv*, som hade premiär 1938, till *Hållbar stad öppen för världen*, som presenterades 2015. De studerade filmprojekten kommer att analyseras i relation till den svenska välfärdsstatens framväxt, etablering och omvandling och som en del av stadens återkommande arbete med reklam, information och marknadsföring. I tidigare forskning framhålls hur mellankrigstiden, och i synnerhet 1930-talet, var den period då engagemanget för olika former av reklam, information och propaganda växte fram bland såväl privata som offentliga aktörer i Sverige.<sup>10</sup> Parallellt etablerades såväl i Sverige som internationellt ett allt större intresse för att använda filmmediet i den offentliga propagandans och upplysningens tjänst, med den brittiska dokumentärfilmsrörelsen som det mest emblematiske exemplet.<sup>11</sup> Forskningen om städernas och kommuners arbete med reklam, information och marknadsföring har framför allt varit inriktad på perioden efter oljekrisen under 1970-talet. Inom denna forskning brukar det lyftas fram hur de följande decenniernas ekonomiska omstruktureringar, med ett allt mer globalt rörligt kapital, tvingade städer att i större utsträckning än tidigare konkurrera om investeringar, turister och nya invånare, med olika former av marknadsföring som en framträdande del. De historiskt inriktade studierna är få och den enda större svenska studien utgörs av Anna Kåring Wagners avhandling om reklam och information i Stockholm under perioden 1930–1980.<sup>12</sup> Antalet studier av kommunal reklam, information och marknadsföring med fokus på audiovisuella medier är än mindre omfattande och filmmediet inkluderas till exempel inte alls i Kåring Wagners arbete. I föreliggande arbete står

de audiovisuella medierna i fokus och avhandlingen bidrar med ett bredare medialt och ett längre historiskt perspektiv på det kommunala arbetet med reklam, information och marknadsföring.

Att studera det kommunala bruket av audiovisuella medier just i Göteborg har flera förtjänster. Göteborg är en stad som sällan uppmärksammas i tidigare filmhistorisk forskning.<sup>13</sup> Längre var den filmhistoriska forskningen framför allt inriktad på aktörer i Stockholm, vars plats inom svensk film betraktades som självklar. Det finns också få historiskt inriktade studier om kommunalt arbete med reklam, information och marknadsföring utanför Stockholm. Som hamn- och industristad var Göteborg en viktig del av rekordårens ekonomiska framgångssaga, men med sin bas i varvs- och tillverkningsindustrin påverkades staden betydligt hårdare än Stockholm av de ekonomiska förändringarna som följde i spåren av 1970-talets ekonomiska kriser och var likt många andra äldre hamn- och industristäder tvungen att hitta nya vägar för ekonomisk tillväxt.

Den typ av audiovisuellt mediebruk och kommunal stadsfilm som studeras i avhandlingen kommer att benämnas och analyseras som beställningsfilm. Begreppet åsyftar filmer som beställts och finansierats av en aktör som själv inte är verksam inom filmbranschen för att uppnå olika syften i det egna arbetet. Längre var beställningsfilmen en i det närmaste outforskad del av filmhistorien.<sup>14</sup> Men under det senaste dryga decenniet har det inom delar av det filmvetenskapliga fältet skett en historisk nyorientering från den biografförevisade spel- och dokumentärfilmen till andra typer av filmer, visningskontexter och såväl privatpersoners som myndigheters, företags och organisationers film- och mediebruk. I sin bok *Short films from a small nation: Danish informational cinema 1935–1965* (2018), som med sin rika empiri utgör en viktig jämförelsepunkt för avhandlingen, beskriver C. Claire Thomson denna nyorientering:

The last decade has witnessed a wave of scholarly interest in a dimension of world film heritage so myriad in its form and purposes as to defy taxonomy and terminology. This is a parallel cinema, the scale and achievements of which have been obscured by the obsession of Film Studies and audiences with auteurs, classics, artistry and movie theaters; it is a world of un-sung practitioners, archived 16mm prints, functionality and community halls.<sup>15</sup>

Thomson pekar på flera av de problem forskaren ställs inför när den här delen av filmhistorien ska studeras, inte minst gällande det många gånger komplexa arbetet att kategorisera och benämna dessa filmer och filmpraktiker. Här återfinns såväl filmproduktioner som filmarbetare och visnings-

praktiker som bara förekommit i marginalerna av tidigare historieskrivningar och sällan finns omnämnda i filmhistoriska databaser eller översiktsverk.

Något som är tydligt i Thomsons projekt är att denna filmhistoriska nyorientering vuxit fram i växelverkan med den digitala teknikens utveckling, där tidigare svåråtkomligt, och inom forskningen sällan uppmärksammat filmmaterial, börjat tillgängliggöras. I Sverige har detta bland annat skett genom inrättandet av filmvårdscentralen i Grängesberg och lanseringen av sajten [filmarkivet.se](http://filmarkivet.se) 2011, som är ett samarbete mellan Svenska Filminstitutet och Kungliga biblioteket för att i digital form presentera ett audiovisuellt kulturarv vid sidan av spelfilmen och biografen för en bred publik.<sup>16</sup> Just stadsfilm är en av kategorierna på [filmarkivet.se](http://filmarkivet.se) och flera av de äldre filmer som kommer att analyseras i den här avhandlingen finns tillgängliga i digital form.

Från ett forskningsperspektiv reser emellertid den här typen av digitaliseringsåtgärder frågor om urval och kontextualisering.<sup>17</sup> De bredare historiska sammanhangen för många av dessa filmer, de syften med vilka de producerades och hur de cirkulerades och visades, är fortfarande i hög grad outforskade. I takt med att den här typen av material och filmsamlingar digitaliseras och tillgängliggörs på nya sätt blir det allt mer angeläget att kritiskt diskutera hur det kan studeras och användas som historiskt källmaterial. Genom att systematiskt kartlägga och analysera såväl beställning, distribution och visning som de sätt på vilka Göteborg representeras i de studerade filmerna ska avhandlingen ses som ett bidrag till en sådan metodologisk diskussion om beställningsfilm och hur den kan studeras. Även här bidrar avhandlingen med ett vidgat geografiskt perspektiv. Från forskarhåll har [filmarkivet.se](http://filmarkivet.se) fått kritik för att urvalet av filmer framför allt gjorts från nationella arkiv i Stockholm och för att kontextualiserade texter skrivits från ett Stockholmsperspektiv, där lokal kunskap om filmernas motiv och tillkomst riskerar att gå förlorad.<sup>18</sup> I den här avhandlingen kommer det studerade kommunala filmbruket i Göteborg att analyseras som en form av beställningsfilm med utgångspunkt i den lokalt förankrade kontexten. Därigenom skapas förutsättningar för att diskutera relationen mellan arkiv på lokal och nationell nivå och deras roll inom den filmhistoriska forskningen.

Avhandlingens metodologiska utgångspunkt är att beställningsfilm bör studeras i sina konkreta historiska sammanhang med fokus på den beställande aktörens syften med materialet, de målgrupper det riktades till och på de tidsbundna formerna för produktion, distribution och visning av audiovisuellt material. I en tidig antologi inom fältet argumenterar

Vinzenz Hediger och Patrick Vonderau för att en beställningsfilm sällan kan ses som ett självtillräckligt objekt för estetisk analys. I stället bör fokus enligt dem ligga på filmernas specifika funktion inom den beställande organisationen, deras kopplingar till makt och kunskap inom organisationen och hur filmerna kan förstås som ett sätt att styra en tänkt åskådare i specifika visningskontexter. Praktiken att skapa säljande bilder av en stad eller på andra sätt lyfta fram dess förtjänster är inte någon neutral praktik utan görs alltid från ett visst perspektiv, där somliga delar och företeelser lyfts fram och andra väljs bort vid olika tidpunkter. De sätt på vilka staden representeras och hur olika målgrupper, såsom invånare, turister och näringsliv, adresseras förändras över tid. I avhandlingen kommer det studerade materialet att relateras till den välfärdsstatliga och kommunala politikens styrning av staden och dess invånare, och specifika, men över tid föränderliga, produktionstekniker och visningskontexter för audiovisuellt material.

För att fånga dessa inte sällan flyktiga sammanhang och det studerade materialets undflyende karaktär utgår avhandlingen från ett metodologiskt perspektiv som utvecklats av bland annat Frank Kessler, Thomas Elsaesser, Yvonne Zimmermann och Vonderau och som kan förstås som en historisk pragmatik.<sup>19</sup> Perspektivet innebär att vara teoretiskt informerad men samtidigt anamma en lyhördhet för det empiriska materialets och de studerade situationernas komplexitet och mångtydighet. Det inkluderar bland annat att undvika att utgå från på förhand bestämda kategorier såsom dokumentärfilm, propaganda, reklam och information och att följa och studera materialet i konkreta och många gånger kortlivade historiska sammanhang.<sup>20</sup>

## Syfte och frågeställningar

Avhandlingens syfte är att kartlägga och analysera kommunal stadsfilm i Göteborg under perioden 1938–2015 i relation till stadens sociala och politiska förändringsprocesser. I denna kartläggning och analys kommer fokus att ligga både på beställningen, distributionen och visningen av de studerade filmerna och på hur Göteborg representeras. Genom avhandlingens syfte och metodologiska angreppssätt ska studien ses som ett bidrag till forskningen om beställningsfilm, de sätt på vilka den kan studeras och användas som historiskt källmaterial, och till forskningen om kommunal reklam, information och marknadsföring. Avhandlingen utgår från tre mer övergripande frågeställningar:



- Hur har beställningsfilmens tidsbundna stilistiska uttrycksmedel och dess former för produktion, distribution och visning påverkat det kommunala filmbruket och det sätt på vilket staden representeras?
- Hur konstrueras bilden av Göteborg och stadens invånare i det audiovisuella materialet?
- Hur har det kommunala filmbruket och den konstruerade bilden av Göteborg fungerat som medel i styrningen av staden och dess invånare?

## Terminologi och forskningsfält

Avhandlingen skriver in sig i och har hämtat teoretisk och metodologisk inspiration från flera forskningsfält. För det första, den framväxande forskningen kring beställningsfilm och historiskt inriktad forskning kring reklam, information och propaganda. För det andra, forskning som intresserat sig för relationen mellan städer och filmmediet, det som har benämnts som *The cinematic city*.<sup>21</sup> Slutligen, forskning om stadsmarknadsföring och en kritiskt inriktad urbanteoretisk tradition, med företrädare som David Harvey och Henri Lefebvre. I det följande kommer dessa forskningsfält att presenteras och några av avhandlingens centrala termer att diskuteras. Därefter presenteras avhandlingens material och de arkiv och källor som studien tagit utgångspunkt i. I nästa kapitel ringas avhandlingens teoretiska och metodologiska begrepp och utgångspunkter in. I kapitel tre följer en historisk bakgrund om beställningsfilm och stadsfilm i Sverige. Därefter följer avhandlingens sex empiriska kapitel.

### Beställningsfilm och *useful cinema*

Sedan åren kring 2010 har ett flertal internationella antologier publicerats med tyngdpunkt på olika delar av det breda fältet av beställningsfilm, med *Films that work: Industrial film and productivity of media* (2009), *Useful cinema* (2011), *Learning with the lights off: Educational film in the United States* (2012), och *Films that sell: Moving pictures and advertising* (2016), som de mest betydelsefulla.<sup>22</sup> Utöver dessa engelskspråkiga antologier bör även *Schaufenster Schweiz: Dokumentarische Gebrauchsfilme 1896–1964* (2011), med Yvonne Zimmermann som huvudförfattare, lyftas fram då den fungerat som ett standardverk för de perspektiv som ligger till grund för avhandlingen.<sup>23</sup>

Terminologin för att beskriva detta breda fält av filmer är, som Thomson pekade på, snårig och långt ifrån entydig, inte minst eftersom många filmer producerades med flera olika syften och visades i ett antal olika

visningskontexter, inom och utanför den beställande organisationen. Thomson understryker också svårigheten att översätta begrepp mellan olika språkområden, då de ofta är rotade i lokala och nationella kontexter.<sup>24</sup> I sitt bidrag i antologin *Films that work* kallar Frank Kessler och Eef Masson inringandet av genrer och subgenrer bland icke-fiktiv film för ”an almost hopeless endeavor”.<sup>25</sup> I texten lyfter de fram ett antal möjliga utgångspunkter: stilistiska, syfte och funktion, tematik, eller hur filmerna producerats alternativt visats. De betonar också svårigheten i att många filmer benämnts på ett ofta pragmatiskt och funktionellt vis av dem som en gång producerade, distribuerade och använde dem, medan forskaren strävar efter precision i sin begreppsanvändning. Internationellt har begreppet *useful cinema*, lanserat i antologin med samma namn, blivit etablerat för att fånga detta breda fält av filmer.<sup>26</sup> I relation till andra vanligt förekommande begrepp som *educational film*, *non-fictional film* och *non-theatrical film* är en central poäng med begreppet att det inte fastslår en viss visningskontext eller ett visst syfte med de studerade filmerna. Begreppet pekar i stället på filmernas funktion och på att det rör sig om filmer som producerats för att vara användbara och fylla ett eller flera syften inom en beställande organisation eller institution. Samtidigt kan begreppet ses som något missvisande, då en majoritet av de filmer det syftar på inte var ämnade för visning på biograf (*cinema*), utan i en lång rad kontexter vid sidan om biografen. Mer rättvisande vore begreppet *utility film*. Men eftersom *useful cinema* har etablerats som ett övergripande begrepp, kommer jag att använda det när jag syftar på det internationella forskningsfältet. I studien kommer jag dock framför allt att använda begreppet beställningsfilm, som är etablerat i en svensk kontext och närliggande och delvis överlappande med begreppet *useful cinema*. En annan möjlighet hade varit att använda termen bruksfilm, som dock inte är en lika etablerad eller vanligt förekommande term i Sverige. Termerna bruksfilm och beställningsfilm kan jämföras med de tyska begreppen *Gebrauchsfilm* och *Auftragsfilm*, som Zimmermann i en utförlig diskussion menar till stor del är överlappande.<sup>27</sup>

Begreppet beställningsfilm, som motsvarar de engelska begreppen *commissioned* eller *sponsored films*, understryker att det finns en beställare till filmen som är avgörande för att den överhuvudtaget ska ha kommit till stånd. Även om initiativet till filmen kan ha kommit från ett filmbolag, finns det någon form av kommunikationsbehov hos en aktör utanför filmbranschen som motiverar denne att beställa och finansiera filmen. Givet Kesslers och Massons anmodan om att vara vaksam på skillnaden mellan forskarens analytiska begrepp och termer så som de förekommer historiskt

och i forskarens empiri bör det understrykas att begreppet beställningsfilm i den här studien förstås brett och inkluderande. Termen används även av de historiska aktörerna i Sverige. Filmbolaget Svensk Filmindustri (SF) hade till exempel länge såväl en beställningsfilmsavdelning som en skolfilmsavdelning.<sup>28</sup> På en analytisk nivå kommer alla filmer som producerats för att vara användbara i olika typer av institutionella sammanhang att benämnas som beställningsfilm. Även filmer som visats i skolmiljö eller för internt bruk inom en institution ses som en form av beställningsfilm. En annan term som återkommer bland de filmhistoriska aktörerna är industrifilm, som till exempel står i fokus i antologin *Films that work*, och som åsyftar filmer som producerats för att användas och uppfylla olika syften inom företag och industrier. Men industrifilm bör ses som en underkategori till begreppen beställningsfilm och *useful cinema*.<sup>29</sup> Även bredare termer som reklam, propaganda och information är många gånger svåra att ringa in, inte minst eftersom deras användning och konnotationer förändrats över tid, vilket kommer att diskuteras utförligare nedan.

Det bör understrykas att under begreppet beställningsfilm, och även under begreppen industrifilm och *useful cinema*, ryms ett brett spektrum av filmer och filmmaterial.<sup>30</sup> I den ena änden av detta spektrum ryms väldigt enkla filmer, ofta avsedda att användas internt inom ett företag eller en organisation, kanske som medel i undervisning av den egna personalen eller som ett sätt att dokumentera en produktionsprocess. Dessa filmer är många gånger svåra att ringa in som definierade verk och saknar ofta såväl titlar som uttalade och identifierbara upphovspersoner.<sup>31</sup> Att många enklare industri- och beställningsfilmer har ett slags namnlös karaktär är enligt Vonderau och Heymer förmodligen en av anledningarna till att de ägnats lite uppmärksamhet inom forskningen och sällan syns i filmhistoriska databaser eller översiktsverk.<sup>32</sup> I den andra änden av spektrumet återfinns mer påkostade filmer, ofta med syfte att visa upp ett företags eller en institutions verksamhet för externa målgrupper. Fram till televisionens genombrott visades dessa filmer ofta som en del av biografernas förfilmsprogram. Här ryms filmer med mer omfattande budget och därigenom möjlighet till en högre formmässig ambitionsnivå. Många gånger kan de ses som ett slags prestigeprojekt för den beställande aktören. Dessa filmer har ofta en tydlig verksstatus med uttalade upphovspersoner. Hit hör de beställningsfilmer som trots allt rönt uppmärksamhet inom den filmvetenskapliga forskningen genom att vara regisserade av kanoniserade regissörer eller del av en bredare konstnärlig strömning, men då ofta utan att deras funktion som beställningsfilm getts någon avgörande betydelse.<sup>33</sup>

En återkommande fråga inom forskningen kring beställningsfilm och *useful cinema* är om, och på vilket sätt, det faktiska audiovisuella materialet ska analyseras. Tyngdpunkten inom många studier har legat på filmernas beställning, produktion och visning och Hediger och Vonderau betonar att fältet knappast lämpar sig för auteurinriktade studier.<sup>34</sup> Thomson påpekar dock, efter att hon placerat in sin studie om bolaget Dansk kulturfilm inom ramen för forskningen kring *useful cinema*, att det i ambitionen att undvika auteurinriktade studier och traditionella närläsningar finns en risk att det faktiska filmmaterialet i alltför hög grad hamnar i skymundan.<sup>35</sup> Är det inte, fortsätter hon, just genom att analysera själva filmerna som det är möjligt att närma sig hur de faktiskt "gör sitt jobb"? Utifrån det sätt som perspektiven från forskningen kring beställningsfilm och *useful cinema* förstås i den här avhandlingen hänger det sätt på vilket ett visst filmmaterial lämpligast studeras samman med den aktuella studiens övergripande syfte och frågeställningar och med den typ av filmmaterial som står i fokus. Är utgångspunkten en större mängd formmässigt enkelt och likartat material är närläsning av enskilda filmer sällan särskilt fruktbar. För den här typen av material, ofta industrifilm som sällan tidigare studerats systematiskt, lyfter bland annat Zimmermann och Hediger och Vonderau fram det som kallas serieanalys där den största möjliga mängden filmer studeras med inriktning på återkommande teman, motiv och narrativa, formmässiga och retoriska mönster.<sup>36</sup> Ingen enskild film lyfts fram som särskilt värd att analysera i detalj. Är utgångspunkten i stället beställningsfilmer med mer omfattande budget, ämnade för externa målgrupper som i hög grad kan förstås som prestigeprojekt, ligger närläsningen närmare till hands. Men med ambitionen att förstå filmens funktion inom en beställande organisation bör fokus fortfarande inte vara att analysera en viss film som fristående estetiskt objekt. Filmens form och retorik bör i stället analyseras tillsammans med dess funktion som beställningsfilm, där formella aspekter inte bara förstås som konstnärliga uttryck hos dess regissör utan som delar av filmens specifika användning och adressering och de sammanhang den visades inom.

I Sverige har under det senaste dryga decenniet ett antal mindre studier om beställningsfilm publicerats, i synnerhet inom skriftserien Mediehistoriskt arkiv. Här bör framför allt antologierna *Medier och politik: Om arbetarrörelsens mediestrategier under 1900-talet* (2007) och *Välfärdsbilder: Svensk film utanför biografen* (2008) nämnas.<sup>37</sup> Ylva Habels avhandling *Modern media, modern audiences: Mass media and social engineering in the 1930s Swedish welfare state*, där hon studerar olika former av visuell kultur inom ramen för det framväxande svenska välfärdssamhället under 1930-talet,

kan ses som en föregångare.<sup>38</sup> Även Mats Björkin och Pelle Snickars var tidigt ute, framför allt med ett arbete om industrifilm i Sverige under 1920- och 1930-talen.<sup>39</sup> En mer omfattande studie är Mats Jönssons monografi om det offentliga film- och mediebruket i Sverige under andra världskriget som en form av ”visuell fostran”.<sup>40</sup> I ett kapitel i den internationella antologin *A companion to Nordic cinema* (2016) ger Jönsson övergripande perspektiv på den icke-fiktiva filmkulturen (*non-fiction film culture*) i Sverige under perioden 1920–1965, inkluderande såväl skol- och bildningsfilm som reklamfilm, journalfilm, valfilm och amatörfilm.<sup>41</sup> Här betonar han framför allt det täta samarbetet mellan offentliga och privata aktörer, inte minst bolaget Svensk Filmindustri (SF), i den mediala lanseringen av det svenska folkhemmet.

2018 publicerades även två mer omfattande svenska filmvetenskapliga studier som båda, om än på olika sätt, knyter an till den inhemska och internationella forskningen om beställningsfilm och som med sina rikliga empiriskt grundade analyser varit viktiga för den här avhandlingen: Annika Wickmans avhandling *Filmen i försvarets tjänst: Undervisningsfilm i svensk militär utbildning 1920–1939* och Emil Stjernholms avhandling *Gösta Werner och filmen som konst och propaganda*, där två kapitel ägnas åt Werners verksamhet som beställningsfilmare under efterkrigstiden fram till mitten av 1960-talet.<sup>42</sup> Wickmans och Stjernholms studieobjekt och angreppssätt skiljer sig tydligt åt, något som visar på den breda spännvidd som kännetecknar de filmer och filmpraktiker som ryms under paraplybegreppen beställningsfilm och *useful cinema*. Stjernholm visar på förhandlingen mellan olika aktörer och intressen i produktionen av beställningsfilm och hur en uppbyren filmskribent, filmteoretiker och filmarbetare som Gösta Werner kunde dra nytta av sitt kulturella kapital och renommé inom beställningsfilmsfältet.<sup>43</sup> Framför allt bidrar studien med ny kunskap om de aktörer inom beställningsfilmsbranschen som Werner arbetade för under perioden. Där Stjernholm analyserar beställningsfilm med ett ofta konstnärligt anspråk, nära filmkulturens mittfåra, studerar Wickman i stället en filmkultur vid sidan av offentlighetens ljus och de filmhistoriska allfarvägarna, som har efterlämnat få spår i de traditionella filmarkiven och databaserna. I kontrast till Werners filmer som kan ses som definierade verk, och i många fall visades på biograf, har de filmer Wickman studerar en i högre grad flytande karaktär och visades i kontexter som karaktäriserades av andra praktiker än de som gällde i biografen. Den stora förtjänsten med Wickmans studie är just betoningen av filmernas funktion, de konkreta sammanhang som filmerna visades inom samt deras relation till andra mediala tekniker i dessa kontexter.

Den filmhistoriska nyorienteringen kring olika former av beställningsfilm kan ses som en fortsättning på den så kallade Nya filmhistorien som växte fram från slutet av 1970-talet och framåt. Inom denna strömning gav empiriskt förankrade studier nya insikter om framför allt den tidiga stumfilmen. Genom att placera in filmmediet, så som det växte fram runt sekelskiftet 1900, i en bredare visuellt orienterad mediemodernitet utmanades en tidigare teleologisk filmhistorieskrivning med snäv inriktning på den narrativa spelfilmen.<sup>44</sup> Parallellt växte det också fram ett intresse för bredare historiska studier, där filmmediet och dess former för produktion, distribution och visning sattes in i ett vidare socialt, kulturellt och ekonomiskt sammanhang.<sup>45</sup> Anspelande på en av de viktiga publikationerna inom den nya filmhistorien argumenterar Hediger och Vonderau för att industrifilm och, kan tilläggas, det bredare fältet av beställningsfilm, kan förmodas utgöra nästa stora *uncharted territory* inom den filmhistoriska forskningen.<sup>46</sup> Den historiska nyorienteringen mot beställningsfilm knyter även an till det som i en svensk kontext har kommit att benämnas kulturhistorisk medieforskning. Detta tvärvetenskapliga och löst sammanhållna fält har bidragit till att historisera de senaste decenniernas mediala omvandlingar, där förment stabila gränser mellan olika medietyper kommit att framstå som mindre självklara, och till att lyfta fram den komplexitet och växelverkan mellan medieformer och tekniker som kännetecknat även tidigare perioder.<sup>47</sup> På liknande sätt har forskningen kring *useful cinema* och beställningsfilm varit ett sätt att synliggöra den diversitet och mångtydighet som kännetecknat filmlandskapet, inte bara under den tidiga stumfilmseran och de senaste decenniernas digitala omvandlingar av det audiovisuella medielandskapet, utan även under den långa mellanperioden där spelfilmen och biografen länge framstått som mediets själva essens.<sup>48</sup>

De flesta av studierna om beställningsfilm har framför allt intresserat sig just för någon del av den långa filmhistoriska mellanperioden från cirka 1910–1980 och i synnerhet för perioden från mellankrigstiden fram till mitten av 1960-talet.<sup>49</sup> När det gäller den svenska forskningen har tyngdpunkten legat på tidsperioden från början av 1920-talet till mitten av 1960-talet. Perioden sammanfaller i hög grad med den svenska välfärdsstatens framväxt, etablering och crescendo. Enligt Rick Prelinger, en av pionjärerna för tillgänglighörandet av och forskningen om beställningsfilm i USA, sjönk produktionen av beställningsfilm under 1970- och 1980-talen.<sup>50</sup> Prelinger argumenterar dock för att beställningsfilmen inte ska ses som en utdöd medieform. I stället har den levt vidare i hur videoformatet och sedan olika digitala tekniker har använts inom företag, myndigheter och privata och offentliga organisationer.



En viktig poäng med föreliggande avhandling är dess längre tidsperspektiv. I avhandlingen analyseras beställningen, produktionen och distributionen av kommunal stadsfilm i Göteborg både under perioden från slutet av 1930-talet till mitten av 1960-talet och under de följande decenniernas mediala förändringsprocesser och omvandling av välfärdsstaten och den kommunala politiken fram till 2015. Genom att studera hur produktionen och distributionen av beställningsfilm förändras under decennierna efter 1960-talet bidrar studien därmed till såväl den svenska som internationella forskningen om beställningsfilm.

Ett annat bidrag som avhandlingen gör till såväl forskningen om beställningsfilm som den bredare svenska filmhistoriska forskningen handlar om dess geografiska fokus. Undantaget en handfull mindre studier om olika former av lokal och regional film fokuserar flertalet av de tidigare nämnda studierna på aktörer på statlig nivå eller verksamma i Stockholmstrakten. Även om flera av de nationella aktörerna också spelade en viktig roll för de filmer som analyseras i den här avhandlingen, studeras deras verksamhet från en lokal horisont bortom huvudstaden och avhandlingen bidrar därmed med nya perspektiv på produktionen av beställningsfilm i en lokalt förankrad kontext.

### Beställningsfilm och dokumentärfilm

In Britain, as in any other country, there is little or no money for free production. There is money for films which will make box-office profits, and there is money for films which will create propaganda results. These only. They are the strict limits within which cinema has to develop and will continue to develop.<sup>51</sup>

Uttalandet kommer från John Grierson, som var ledande för den brittiska dokumentärfilmsrörelsen under 1920- och 1930-talen, och används av Zimmermann i boken *Schaufenster Schweiz* för att understryka en av utgångspunkterna i forskningsprojektet om beställningsfilm i Schweiz: fram till mitten av 1960-talet, då nya former för statliga bidrag till filmproduktion inrättades såväl i Schweiz som i många länder, var så gott som all dokumentärfilm producerad på beställning av privata och/eller offentliga aktörer.<sup>52</sup> Utrymmet för en fri dokumentärfilm var litet. Men frågor om beställare, syften och målgrupper är, som till exempel Elsaesser konstaterar, precis den typ av frågor experiment- och dokumentärfilmare gärna har undvikit i förmodan att slika frågor av praktisk art skulle befäcka deras ställning som konstnärer och auteurs.<sup>53</sup> Även inom dokumentärfilmsforskningen har enligt Elsaesser frågor om beställning, finansiering

och institutionella syften haft en undanskymd plats, trots deras ofta vitala betydelse för filmernas existens och uttryck. I stället har fokus legat på särskilt betydelsefulla verk, filmare och strömningar, på stilistiska och konstnärliga landvinningar och på teoretiska diskussioner om dokumentärfilmens sanningsanspråk. Här öppnar de perspektivskiften som forskningen kring *useful cinema* och beställningsfilm innebär upp för nya sätt att närma sig den dokumentära filmens historia.

I forskningen kring dokumentärfilmens historia intar Grierson och den brittiska dokumentärfilmsrörelsen under 1930-talet en central position. Under Griersons överinseende producerades ett brett spektrum av offentligt beställda filmer i Storbritannien, från slutet av 1920-talet inom ramen för The Empire Marketing Board och från början av 1930-talet på filmavdelningen på The General Post Office. Samtidigt växte liknande typer av offentligt filmbruk fram i såväl demokratier som diktaturer runt om i världen. Griersons framträdande plats inom dokumentärfilmsforskningen beror inte minst på att han brukar lyftas fram som den som myntat begreppet dokumentär och definierade det som ”The creative treatment of actuality”. Hur denna definition ska förstås och vilka konsekvenser den får för dokumentärfilmens legitimitet och sanningsanspråk har sedan början av 1990-talet gett upphov till en intensiv teoretisk debatt, men idag är det bland de flesta forskare allmänt accepterat att dokumentärfilmer innehåller både fiktiva och icke-fiktiva kvaliteter och knappast kan betraktas som ett öppet fönster till en viss historisk verklighet.<sup>54</sup>

Det bör understrykas att Griersons syn på dokumentärfilm var elitistisk och att stor möda lades vid att särskilja den konstnärligt utformade dokumentärfilm från andra typer av ickefiktiv film, så som journalfilm och film ämnad för skolundervisning.<sup>55</sup> Samtidigt vill jag argumentera för betydelsen av att den typ av filmer som studeras i avhandlingen växte fram i en bredare kontext av offentligt understödd propaganda- och upplysningsfilm under 1930-talet och att många av de retoriska och berättarmässiga grepp som diskuteras inom dokumentärfilmsforskningen även är relevanta för den typ av ofta påkostade beställningsfilmsproduktioner som jag studerar. Det centrala för studien är att den dokumentärfilm som växte fram i Griersons spår bör förstås i relation till projektet att använda filmmediet som ett medel för att påverka breda befolkningsgrupper inom den gryende välfärdsstaten. Genom att koppla begreppet dokumentärfilm till en viss form av socialt orienterade filmer gavs dessa filmer en air av neutralitet och objektivitet, trots att de producerades på beställning av offentliga organ och var tydligt kopplade till en viss idé om samhällets utveckling.<sup>56</sup> I sin *governmentality*-inspirerade studie av The National Film

Board of Canada, som grundades under Griersons överinseende, argumenterar Zoë Druick för att det tidigare funnits en vördnadsfull ton i historieskrivningen kring Grierson och den dokumentära filmrörelsen i Storbritannien och det brittiska samväldet.<sup>57</sup> Druick argumenterar dock för att dokumentärfilmen, så som den växte fram under 1930-talet, ska förstås som en del av välfärdsstatens framväxt och som en reflektion av de styrningsteknologier som den utvecklades för att understödja.<sup>58</sup> Dokumentärfilmen utvecklades enligt Druick inte bara som en del av de pågående statliga demokratiseringsprojekten, den inkluderade också tekniker lånade från den framväxande samhällsvetenskapen, så som intervjuer och representativa urval, som var grundläggande inom de nya formerna för styrning inom de liberala och socialdemokratiska välfärdsstaterna.

I en lång rad länder initierades under 1930- och 1940-talen statliga organ för offentligt understödd dokumentärfilm och så även i de svenska grannländerna Norge och Danmark.<sup>59</sup> I Sverige såg det delvis annorlunda ut. Varken praktiska eller ekonomiska stödmekanismer eller offentligt understödda produktionsbolag inrättades för socialt orienterad dokumentärfilm. I stället spelade både kommersiella filmbolag som Svensk Filmindustri och Europafilm och politiskt orienterade bolag, som det till arbetarrörelsen knutna Filmo (Folkrörelsernas filmorganisation), en viktig roll för produktion och distribution av filmer producerade på beställning av offentliga och privata aktörer.<sup>60</sup> Parallellt intog statliga organ som Statens informationsstyrelse (SIS), som inrättades under andra världskriget, Kommittén för social upplysning (1946–1949) och Kommittén för social upplysningsfilm (1950–1959) viktiga roller för den statliga informationspolitiken och för produktionen av socialt orienterade kortfilmer, vilket kommer att diskuteras utförligare i den historiska bakgrunden i kapitel 3.<sup>61</sup> Det centrala för avhandlingen är hur de studerade filmerna och deras lokala kontext kan förstås i relation till den välfärdsstatliga politiken samt till bredare nationella och internationella strömningar och nätverk för produktion och distribution av olika former av offentligt understödd kort- och dokumentärfilm.

### Reklam, propaganda och information

De filmer som analyseras i avhandlingen och de bredare kommunala kommunikationspraktiker de varit en del av har benämnts på olika sätt: som reklam, propaganda, information, upplysning och marknadsföring – eller som medel för att ”sälja staden”. Termerna är, som påpekades ovan, knappast entydiga, gränserna mellan dem är flytande och de konnotationer de

ger, kopplade till olika grad av saklighet respektive försåtlig påverkan, har förändrats över tid. I avhandlingen fastslås ingen på förhand given definition av de olika termerna eller av de filmer och praktiker som studeras. De studerade praktikerna förstås som sätt att styra åskådare i specifika visningssituationer och i avhandlingen spåras hur termerna används i det empiriska materialet och i relation till de olika filmerna. Några hållpunkter kring termernas historiska användning och utveckling bör dock lyftas fram. Här har avstamp framför allt tagits i några svenska studier från senare år: idéhistorikern Elin Gardeströms begreppshistoriska studie *Reklam och propaganda under svenskt 1930-tal*, Fredrik Noréns avhandling *Framtiden tillhör informatörerna: Samhällsinformationens formering i Sverige 1965 – 1975* och den av Norén och Stjernholm redigerade antologin *Efterkrigstidens samhällskontakter*.<sup>62</sup> När det mer specifikt gäller kommunalt reklam- och informationsarbete har Kåring Wagmans tidigare nämnda studie varit en viktig referenspunkt.<sup>63</sup>

Precis som för beställningsfilmens utveckling framstår 1920-talet och i synnerhet 1930-talet som särskilt betydelsefulla för utvecklingen av praktiker kopplade till reklam, information och propaganda och för termernas moderna användning och betydelseformering. Detta kan i hög grad kopplas till det framväxande välfärds- och konsumtionssamhället och de ekonomiska och politiska förändringar som det svenska samhället genomgick.<sup>64</sup> I sin studie visar Gardeström hur det inte fanns någon vedertagen distinktion mellan begreppen propaganda och reklam under 1930-talet, hur de ofta användes synonymt och till viss del var överordnade andra begrepp som information och upplysning. Begreppet propaganda hade inte de negativa konnotationer det har idag. Inom reklamfältet användes begreppet med en mängd betydelser kopplade till att stimulera varuförsäljning.<sup>65</sup> Det användes även i en äldre betydelse av att sprida politiska idéer, till exempel av Kooperativa förbundet i betydelsen ”planmässigt upplysningsarbete”.<sup>66</sup> Samtidigt började reklamen, från att tidigare ha betraktats med misstänksamhet, under 1930-talet allt mer att ses som ett medel i den samhällliga utvecklingen. Så till exempel när den fjärde nordiska reklamkongressen anordnades i Stockholm 1937 under mottot ”Reklamen tjänar samhället” och den socialdemokratiska statsministern Per Albin Hansson var anlitad som invigningstalare.<sup>67</sup> Här blev reklamen ett medel för att infria den välfärdsstatliga politikens löfte om bättre levnadsstandard åt alla och det var först under 1950-talet som reklamkritiska strömningar kunde skönjas.<sup>68</sup> Samtidigt fanns det, inte minst inom den politiska sfären, mer negativa konnotationer kopplade till begreppen. När Statens informationsstyrelse (SIS) grundades 1940

undveks begreppet propaganda till förmån för begrepp som information och upplysning, samtidigt som verksamheten utifrån, av aktörer inom reklamfältet, beskrevs som propaganda.<sup>69</sup>

Ofta lyfts erfarenheterna från de offensiva mediala praktikerna under andra världskriget fram som betydelsefulla för efterkrigsårens medielandskap och offentliga mediebruk. Krigsslutet bör dock inte ses som en brytpunkt, där man distanserade sig från krigsårens kommunikativa praktiker. Snarare går det att se en kontinuitet till de följande decennierna. Även om SIS lades ner efter kriget, förändrades förstås inte de mediala praktikerna och den statliga fostringspolitiken, som Jönsson påpekar, från en dag till en annan.<sup>70</sup> Snarare växlade den spår, effektiviserades och inleddes som en del av den välfärdsstatliga politiken. Med den växande välfärdsstaten och allt fler sociala reformer växte också intresset för social upplysning, något som kanske tydligast exemplifieras i de tidigare nämnda Kommittén för social upplysning och Kommittén för social upplysningsfilm.

Men begreppet propaganda då? På vilket sätt förändrades synen på detta begrepp efter andra världskriget och i vilken utsträckning försvann det för att ersättas av andra termer? Till viss del går den här typen av förändringar att skönja, även om processen är komplex och mer utdragen än den tidigare ofta diskuterats som. Stjernholm och Norén har till exempel med hjälp av digitala *distant reading*-metoder visat hur det under decennierna efter andra världskriget sker en förskjutning i Statens offentliga utredningar från begreppsparat propaganda och upplysning till förmån för begreppet information.<sup>71</sup> Men samtidigt ersattes begreppet propaganda inte fullt ut inom offentligt språkbruk. Långt in på 1960-talet användes det av statliga aktörer i en neutral och i vissa fall även positiv betydelse. Så till exempel i den statliga kommunikationskampanj som bedrevs runt övergången till högertrafik i Sverige 1967.<sup>72</sup> Noréns och Stjernholms slutsats blir att även om det på en övergripande nivå går att se en förskjutning från begrepp som propaganda och upplysning till information, är utvecklingen inte helt entydig och vad den språkliga förändringen betyder för de faktiska kommunikativa praktikerna behöver studeras empiriskt i specifika sammanhang.<sup>73</sup>

Att samhällsinformationen växte fram som politisk fråga och praktik under 1960- och början av 1970-talet ska enligt Norén förstås i relation till den expanderande välfärdsstatliga politiken, förändringar av medielandskapet och ett radikaliserat samhällsklimat.<sup>74</sup> Från både den politiska högern och vänstern växte det under 1960-talet fram en allt bredare kritik av den offentliga sektorns expansion och en alltför byråkratisk välfärdsapparat, med ett allt större upplevt avstånd mellan politik och medborgare.

Här blev samhällsinformation ett medel för att minska detta avstånd. Samtidigt kritiserades informationens enkelriktade flöde från myndigheter till medborgare och det argumenterades för att det snarare fungerade som ett maktmedel än som ett sätt att fördjupa demokratin. Norén pekar på att informationspolitik alltid präglats av friktionsytor, konflikter och motstridiga intressen och ideal.<sup>75</sup> I sin studie utgår Norén från fyra olika spänningsförhållanden, där framför allt spänningen mellan statlig och kommersiell information, om än på den kommunala nivån, är av störst intresse för föreliggande studie.<sup>76</sup> Denna spänning handlar både om ett behov av att popularisera ett budskap för att kunna konkurrera med kommersiella aktörer och öka dess genomslag, och om en konflikt mellan information som neutral och sakligt hållen respektive förledande eller intressestyrd.

I det här avsnittet har praktiker kopplade till reklam, propaganda och information och de sätt på vilka dessa termer har använts på en mer allmän och framför allt statlig nivå diskuterats. När det gäller forskningen kring dessa praktiker på den kommunala nivån kommer denna att presenteras i avsnittet ”Kommunal reklam, information och marknadsföring” nedan.

### Kommunal stadsfilm

De filmer som studeras i avhandlingen kommer att benämnas kommunala stadsfilmer. Begreppet bygger på termen stadsfilm som är en ofta förekommande, men inte alltid särskilt väldefinierad term. Den används av de historiska aktörerna själva, till exempel under 1930-talet i de ovan refererade artiklarna ur *Svenska stadsförbundets tidskrift*. I den filmvetenskapliga litteraturen är begreppet framför allt förknippat med 1920-talets stilbildande storstadssymfonier och liknande filmer i deras efterföljd. Mest framträdande bland dessa är Walter Ruttmanns *Berlin, en storstadssymfoni* (1927), som också inspirerat till själva namnet på genren, och Dziga Vertovs *Mannen med filmkameran* (1929). Genom bruket av montage teknik där tagningar från den moderna storstadens kakofoni av intryck, fabrikkernas produktionsprocesser, den nya konsumtionskulturens utbud av varor och nöjen, samt koncentrationen av människor från olika samhällsklasser, sattes samman till en helhet, brukar dessa filmer ses som en del av 1920-talets modernistiska avantgarde och lyftas fram som en viktig del av den dokumentära filmens utveckling.

En av de första mer omfattande genomgångarna där storstadssymfonin ringas in som genre och där en lång rad filmer från olika länder vid sidan



om de kanoniserade exemplen lyfts fram syns i antologin *The City symphony phenomenon: Cinema, art and urban modernity between the wars*.<sup>77</sup> I boken presenteras ett 80-tal filmer från 1920- och 1930-talen som enligt redaktörerna kan räknas som storstadssymfonier. Redaktörerna argumenterar för att denna strömning av filmer bör ses just som en genre, utifrån såväl tematiska som formmässiga aspekter.<sup>78</sup> Påfallande många av storstadssymfonierna struktureras till exempel utifrån det redaktörerna kallar en *one-day-in-the-life-of-a-city*-struktur, där staden skildras under en dag, från morgon till kväll, eller under ett helt dygn. De lyfter även fram bruket av kontraster och motsatspar som ett återkommande grepp i många av filmerna. Även om det går att se drag av storstadssymfonin i liknande filmer som producerats efter andra världskriget, argumenterar de också för att genren måste förstås i relation till mellankrigstidens fascination och optimism kring den moderna storstaden. Efter kriget förändrades den kulturella kontexten för storstadssymfonin, där många städer expanderade utåt, med uppförandet av nya förorter och trafikapparater.<sup>79</sup>

Begreppet stadsfilm används också om den typ av kortare, ofta instrumentella, stadsporträtt som de filmer som studeras i den här avhandlingen utgör exempel på. Viss oklarhet verkar dock råda om begreppet inkluderar alla former av dokumentärt filmmaterial om en viss stad. I denna avhandling reserveras begreppet stadsfilm för filmer där (stor-)staden som fenomen är det framträdande temat i filmen, alternativt, och av störst intresse för studien, för filmer som kan sägas ge ett mer övergripande porträtt av en viss stad. Kommunal stadsfilm förstås därmed som stadsfilmer där kommunen genom något av sina organ fungerat som beställare och/eller finansär och filmerna därigenom kan ses som officiella stadsporträtt. Stadsfilmer i bemärkelsen korta porträtt av en viss stad har producerats i de flesta länder under en stor del av 1900-talet, men har inte rönt särskilt stort intresse inom forskningen kring *The cinematic city*. I en studie om korta stads- och landskapsfilmer i Tyskland under 1920-talet argumenterar Jeanpaul Goergen för att den instrumentella karaktären och det ofta ganska konventionella estetiska uttrycket hos dessa filmer förmodligen är en av anledningarna till att de inte rönt så stort intresse inom forskningen kring städer och filmmédiet.<sup>80</sup> Däremot har i en svensk kontext ett antal mindre studier med bäring för denna avhandling publicerats och dessa kommer att diskuteras utförligare i kapitel 3.<sup>81</sup>

Samtidigt råder inga vattentäta skott mellan de mer konstnärligt syftande storstadssymfonierna och den typ av kommunala stadsfilmer som studeras i den här avhandlingen. Flera av de filmer från 1920- och 1930-talen som räknas som storstadssymfonier producerades av lokala industri-

er och näringslivsorgan med syfte att göra reklam för den aktuella staden,<sup>82</sup> och flera kommunalt beställda stadsfilmer från efterkrigstiden är tydligt inspirerade av genren.<sup>83</sup> I analysen av de studerade filmerna vill jag därför spåra de sätt på vilka teman och narrativa grepp som är utmärkande för storstadssymfonierna även går att se i den typ av stadsporträtt som studeras i den här avhandlingen.

Två begrepp från den internationella forskningen som tangerar begreppet (kommunal) stadsfilm bör också nämnas. Det första är det *municipal cinema* som Elizabeth Lebas lanserade i boken *Forgotten futures: British municipal cinema 1920–1980*.<sup>84</sup> Begreppet täcker in ett brett spektrum av filmer som beställdes, spelades in och visades av lokala myndigheter i Storbritannien och behandlade ämnen som till största delen var av intresse för den lokala publiken. Det andra begreppet är lokal film (*local film*), som spelades in i en viss stad eller en viss ort och sällan visades i andra sammanhang än för den lokala publiken. Begreppet är framför allt förknippat med stumfilmserans korta geografiska filmer där den stora attraktionen låg i att se den egna staden – eller möjligtvis sig själv, eller någon bekant – i rörlig bild.<sup>85</sup> I en svensk kontext utgör Svenska Bios stadsfilmer under åren kring 1910, som Snickars analyserat, ett tydligt exempel på lokal film, vilket kommer att diskuteras i den historiska bakgrunden i kapitel 3.<sup>86</sup> Även om begreppet kommunal stadsfilm har likheter med dessa två begrepp, syftar det på filmer som både riktade sig till den lokala publiken och till målgrupper utanför staden.

Delvis överlappande med begreppet stadsfilm är det filmvetaren Bengt Bengtsson tentativt har kallat regionfilm, en typ av kortare filmer producerade från 1930-talet fram till mitten av 1960-talet som ”porträtterar svenska städer, landskap, regioner och i vissa fall, hela Sverige.”<sup>87</sup> Bengtsson betonar att dessa filmer ofta producerades på uppdrag av myndigheter, näringsliv, hembygdsföreningar och politiska partier, men gör ingen närmare analys av dessa beställningsförhållanden. Trots skilda avsändare så ger dessa filmer enligt Bengtsson i stora drag en liknande bild av Sverige och den svenska moderniseringsprocessen. Men från föreliggande studies perspektiv förefaller diskussionen om regionfilmen som alltför övergripande. Framför allt gäller detta ambitionen att ge en bild av regionfilmsgenren från slutet av 1930- till mitten av 1960-talet. Bengtsson diskuterar till exempel hur filmerna uttrycker ett slags symbios mellan tradition och modernitet. Men gäller detta för hela perioden? Eller förändras synen på moderniseringsprojektet, historien och framåtskridandet under perioden?

### Staden och filmen bortom den globala metropolen

Utöver det expanderande forskningsfältet kring beställningsfilm och *useful cinema* knyter avhandlingen an till det breda och tvärvetenskapliga fältet av studier om relationen mellan filmmediet och den moderna (stor-) staden. Inom detta fält har sedan mitten av 1990-talet ett stort och kontinuerligt växande antal studier och antologier publicerats med titlar som *The cinematic city* (1997), *Cinema and the city: Film and urban studies in a global context* (2001), *Cinematic urbanism: A history of the modern from reel to real* (2006) och *Cinema and the moving image: Urban projections* (2010).<sup>88</sup> En ofta upprepade utgångspunkt för fältet har varit hur filmmediet och den expanderande moderna storstaden var tätt sammanbundna från början, som omistliga delar av den under 1800-talet framväxande moderniteten och industrikapitalismen. Många av studierna inom fältet har framför allt fokuserat på verk av kanoniserade regissörer, ett antal klassiska spelfilmer eller några av 1920-talets storstadssymfonier, och på en handfull särskilt filmiska storstäder som Paris, Berlin, London och Los Angeles, där filmbilderna blivit en oupplöslig del av stadens identitet.<sup>89</sup> Den typ av kortare stadsfilmer som står i fokus i den här studien har sällan rönt särskilt mycket uppmärksamhet.

I en prövande och kritisk genomgång av forskningen kring *The cinematic city* argumenterar Charlotte Brunsdon, som själv publicerat flera studier inom fältet, för att fältet med sitt tvärvetenskapliga anslag varit produktivt för att sammanföra perspektiv från olika traditioner och vetenskapliga fält.<sup>90</sup> Enligt Brunsdon har det dock efterhand kommit att kännetecknas av en mättnad och en på sina håll romantiserande fascination för moderniteten och storstaden, med Walter Benjamins flanör som ledsagare. Hon pekar också på en alltför stor upptagenhet vid de kanoniserade mästerverken och på att urbana motiv och narrativa strategier varit en omistlig del även av populärare genrer och filmer. Ambitionen med föreliggande studie är inte att skriva fram en särskilt filmisk urbanitet. I stället ligger fokus på filmernas funktion, på att analysera en mer instrumentell form av film- och mediebruk, och på hur filmmediet använts i en med internationella mått mätt mellanstor stads reklam- och informationsarbete. Samtidigt delar studien analytisk skärningspunkt och vissa teoretiska utgångspunkter med forskningen kring *The cinematic city*, vilket kommer att diskuteras i nästa kapitel.

Sedan Brunsdons genomgång har ett fortsatt växande antal studier där staden och filmmediet står i fokus publicerats inom en lång rad olika discipliner och fältet är svårt att överblicka.<sup>91</sup> I en svensk filmvetenskaplig

kontext har framför allt Maaret Koskinen publicerat några mindre studier om Stockholm på film, bland annat med utgångspunkt i den internationella uppmärksamheten kring filmerna baserade på Stieg Larssons Millenniumtrilogi.<sup>92</sup> Koskinen och Stigsdotter har också publicerat texter om Stockholm på film i relation till det stora internationella forsknings- och digitaliseringsprojektet i-media-cities.<sup>93</sup> I övrigt bör några studier lyftas fram som tar ett bredare empiriskt och delvis annorlunda teoretiskt grepp på relationen mellan städer och filmmediet. Här är till exempel Lawrence Webbs studie *The cinema of urban crisis: Seventies film and the reinvention of the city* av intresse.<sup>94</sup> Även om Webb analyserar spelfilm producerad i storstäder som New York, Los Angeles och London placerar han in dessa filmer inom ramen för nya former av filmproduktion under 1970-talet och i relation till decenniets globala ekonomiska kriser. 1970-talets ekonomiska kriser och övergången från en fordristisk till en postfordristisk stad utgör också en viktig historisk kontext för den här avhandlingen. Av senare studier som utgår från ett bredare urval av filmer och rör sig bortom de stora metropolerna bör i synnerhet Les Roberts *Film, mobility and urban space: A cinematic geography of Liverpool* och Floris Paalmans *Cinematic Rotterdam: The times and tides of a modern city* lyftas fram.<sup>95</sup> Roberts och Paalmans studier är inte minst intressanta eftersom de fokuserar på hamnstäder av liknande storlek som Göteborg och på de speciella flöden och kopplingar med omvärlden som städernas hamnar skapat och hur detta tagit sig filmiska uttryck.

Upplägget och ambitionen för Paalmans närmare 700 sidor stora studie är monumentala. Med avstamp i ett filmmaterial om Rotterdam omfattande flera tusen titlar, som inkluderar såväl filmer producerade på beställning av lokala myndigheter, industrier och inte minst hamnorganisationer, som amatörfilmer, experimentfilm och spelfilm, är Paalmans syfte att skriva filmens historia i Rotterdam i relation till dess urbana omvandlingsprocesser under den studerade perioden. Utifrån detta vill Paalman även bidra till en teoretisk debatt om relationen mellan filmmediet och byggd miljö. Det filmmaterial som studeras i den här avhandlingen är betydligt mindre omfattande och snävt inriktat på filmer producerade på beställning av kommunala organ ämnade att ge ett mer eller mindre övergripande porträtt av Göteborg, något som skapar möjlighet för mer detaljerade analyser av de enskilda produktionerna. Ambitionen med avhandlingen är inte heller att bidra till en teoretiskt orienterad debatt om skärningspunkterna mellan film, urbanitet och modernitet. En skillnad mellan Göteborg och Rotterdam är att den senare stadens centrala delar närmast totalt tillintetgjordes av tyska bomber under andra världskriget, där såväl

förstörelsen som återuppbyggandet blev centrala motiv för filmer inspelade i staden under och efter kriget.<sup>96</sup> Även om Paalman diskuterar ett flertal teman som är framträdande i de filmer jag studerar, såsom hamnens centrala roll i respektive stads urbana ekonomi, bostadsbyggande och uppförandet av nya stadsdelar under efterkrigstiden, gör det breda spektrum av filmtyper Paalman utgår från och studiens teoretiska ambitioner att det har varit svårt att göra direkta jämförelser.

Roberts diskuterar i sin studie Liverpools filmiska geografi utifrån ett stort urval av såväl fiktions-, dokumentär-, amatör- och beställningsfilm, från slutet av 1800-talet till det tidiga 2000-talet. Han diskuterar särskilt hur detta omfattande filmmaterial bildar ett slags arkiv över Liverpools urbana utveckling och omvandlingsprocesser under det senaste dryga seklet. Att lyfta fram och analysera historiskt filmmaterial från nu omvandlade stadsdelar och försvunna urbana miljöer blir enligt Roberts ett sätt att förankra stadens historia i det fysiska stadsrummet. Samtidigt understryker Roberts att historiskt filmmaterial inte ska ses som ett neutralt fönster mot det förflutna utan att det naturligtvis alltid är beroende av dels vem som spelade in en viss film och med vilket syfte och dels av den mediala teknikens möjligheter och begränsningar vid en given tidpunkt. Även i jämförelse med Roberts studie ligger fokus i den här avhandlingen på ett betydligt smalare urval av filmer. Lagda bredvid varandra och jämförda över tid bildar filmerna trots allt ett slags audiovisuellt arkiv över stadens utveckling, utifrån vilket det blir möjligt att avläsa hur bilden av staden och dess rumslighet konstruerats vid olika tidpunkter med hjälp av audiovisuella medel och de platser, stadsdelar och praktiker som lyfts fram vid olika tidpunkter.

### Från storskalig planering till entreprenörskap

Avhandlingens tidsperiod och det studerade kommunala mediebruket är tätt knutna till den svenska välfärdsstatens utveckling, dess framväxt och etablering under 1930-talet och decennierna närmast efter andra världskriget, och de förändringar som den välfärdsstatliga och kommunala politiken kom att genomgå i kölvattnet av 1970-talets globala ekonomiska kriser. Dessa förändringar har av geografen David Harvey i en tidig och ofta citerad text beskrivits som en övergång från ”storskalig planering till entreprenörskap”.<sup>97</sup> Om kommunernas uppgift under den expansiva efterkrigstiden i första hand låg på att tillhandahålla välfärd växte från 1970-talet och framåt en mer entreprenöriellt orienterad stadspolitik fram, inriktad på att skapa ett gott företagsklimat och därigenom förut-

sättningar för ekonomisk tillväxt, med marknadsföring och samarbete mellan kommunen och privata aktörer som framträdande komponenter.<sup>98</sup> I många svenska städer skulle det dock dröja till andra halvan av 1980- eller början av 1990-talet innan den mer marknadsinriktade politiken fick verkligt genomslag. I avhandlingen vill jag nyansera Harveys tvådelade periodisering. Här har jag bland annat hämtat inspiration från antologin *Du sköna nya stad: Privatisering, miljö och EU i Stockholmspolitiken*, där tre faser av den kommunala politiken i Stockholm under efterkrigstiden skisseras.<sup>99</sup> I denna indelning karaktäriseras perioden från 1945 till början av 1970-talet som ”Stad ska med plan byggas”, perioden därefter, från början av 1970-talet fram till mitten av 1980-talet, som ”Mellan planeringsvåg och marknadsvåg” och perioden från mitten av 1980-talet och framåt som ”Marknad i världskonkurrens”.<sup>100</sup> Denna periodisering har varit styrande för uppdelningen av studiens sex empiriska kapitel i tre delar, där kapitel 6 och 7, som behandlar 1970- och 1980-talen, ska förstås som en övergångsperiod mellan den välfärdspolitiskt inriktade och den entreprenöriellt inriktade perioden.

Ett annat sätt att beskriva den tredje fasen och de politiska och ekonomiska omvandlingsprocesserna från 1970-talet och framåt är att tala om övergången från en industriell till en postindustriell ekonomi eller stad, där Daniel Bells bok *The coming of the post-industrial society*, publicerad redan 1973, utgör en standardreferens.<sup>101</sup> Samtidigt tenderar begreppet postindustriell att markera ett alltför skarpt brott med industrisamhället: Göteborg är fortfarande en betydande industristad. I avhandlingen kommer i stället begreppen fordism och postfordism, och mer precist en fordistisk och postfordistisk stad, att användas. Detta inkluderar både förändringar av städernas industriella produktion, dess utbud av konsumtion och nöjen samt former för politisk styrning och stadsbyggnad.<sup>102</sup> I en studie om innerstadsomvandling i Stockholm och Göteborg under 1990- och början av 2000-talen tar Mats Franzén, Nils Hertting och Catharina Thörn avstamp i Harveys klassiska text och argumenterar för att dagens stadspolitik, som de kallar entreprenörsurbanism, ska ses som ett svar på den fordistiska stadens kris.<sup>103</sup> Fordismen beskrivs här som en genomgripande modell för hur samhället skulle organiseras och ekonomisk tillväxt främjas genom en kombination mellan kapitalism och utbyggd välfärd, med folkhemmet och den svenska modellen som en nationell variant.<sup>104</sup> Inom fordismen utgjorde standardisering, av såväl konsumtionsvaror som stads- och bostadsbyggande, en framträdande komponent. Bilismen intog också en central plats, där nya transportleder byggdes och rikliga parkeringsmöjligheter inrättades för att underlätta transporter och cirkulation,

vilket ytterligare höll igång den offentliga och privata konsumtionen i en kumulativt växande process.

Krisen för den fordistiska modellen ska inte bara ses som en konjunkturkris utan som en strukturell kris. Om standardisering och massproduktion utgjorde centrala komponenter i det fordistiska systemet, framträdde stil, individualism och nya former av livsstilsinriktad konsumtion som den postfordistiska stadens *raison d'être*. Parallellt med den ekonomiska krisen hade det redan under slutet av 1960- och början av 1970-talet vuxit fram en kulturell kritik mot välfärdsstatens planeringsvurm och former för stadsbyggnad, där, som tidigare diskuterats, statlig och kommunal information växte fram som svar för att möta denna kritik. Omstruktureringarna i spåren av 1970-talets ekonomiska turbulens, med fabriksnedläggningar, omlokaliseringar och allt mer rörliga flöden av kapital och investeringar, blev extra kännbara för konjunktur känsliga hamn- och industristäder som Göteborg. Vid sidan om Göteborg kom i en svensk kontext inte minst Malmö att genomgå liknande omstruktureringar under 1980- och 1990-talen.<sup>105</sup>

Kännetecknande för den entreprenöriellt inriktade stadspolitikerna är en ny syn på städernas roll som noder i en global ekonomi och som centrum för kulturell, politisk och ekonomisk utveckling.<sup>106</sup> Utvecklingen från 1970-talet och framåt innebar i Sverige också förändringar i relationen mellan staten och kommunerna. Under den välfärdsstatliga perioden fungerade kommunerna i hög grad som verkställare av den statliga politiken, men från mitten av 1970-talet fick de en allt mer självständig roll. Kommunerna uppfattades nu i högre grad än tidigare vara i konkurrens med varandra och därigenom tvungna att på olika sätt arbeta för att locka till sig företag, nya invånare, turister och investeringar som ett sätt att skapa ekonomisk tillväxt. Marknadsföringen av staden fick nu en mer framträdande roll och tog sig en lång rad olika uttryck från spektakulära evenemang till handfast reklamarbete. Den inkluderade ofta också förändringar av stadslandskapet, med iögonfallande ikonarkitektur och storskaliga stadsomvandlingsprojekt.<sup>107</sup> Franzén, Hertting och Thörn lyfter i sin studie fram en förändrad syn på städernas centrala delar och på det offentliga rummet, där nya arenor för konsumtion och turism skapades.<sup>108</sup> Detta syftade, menar de, både till att förändra bilden av staden och till att skapa ett konkurrenskraftigt och attraktivt varumärke. Om standardiserad planering av staden som helhet var ett centralt element inom den fordistiska staden kom tyngdpunkten nu att förskjutas mot ett punktvis utvecklande av utvalda, ofta centralt belägna, platser, inte sällan i samverkan mellan privata och offentliga aktörer i så kallade privata och offentliga nätverk.<sup>109</sup>

I sin avhandling *Planering för framsteg och gemenskap: Om den kommunala utvecklingsplaneringens idémässiga förutsättningar* analyserar statsvetaren Dalia Mukhtar-Landgren dessa omvandlingsprocesser och mer specifikt Malmös utveckling under slutet av 1990- och början av 2000-talet.<sup>110</sup> I studien argumenterar hon för att det historiskt funnits två mål för den kommunala planeringen: å ena sidan att planera för framsteg, med en stark tilltro till en linjär och ackumulativ utveckling, och å andra sidan en planering för gemenskap, som antingen kan röra sig om en homogen gemenskap, där främlingen och det avvikande ses som ett hot, eller om en heterogen gemenskap där alla är främlingar inför varandra. Dessa två mål, framsteg och gemenskap, kommer jag att använda som en återkommande ingång i analysen av det studerade materialet. Inte minst i avhandlingens avslutande diskussion kommer jag att lyfta fram det sätt på vilket tyngdpunkten och relationen mellan de två målen förskjutits över tid i de olika studerade projekten och hur det kan förstås i förhållande till stadens och den kommunala politikens förändringsprocesser.

När det gäller forskning om olika aspekter av Göteborgs utveckling under den studerade perioden bör några verk nämnas. För övergripande perspektiv på stadens ekonomiska utveckling har jag framför allt utgått från den sista delen av trebandsverket *Göteborgs ekonomiska historia*, som täcker in åren 1920–1995.<sup>111</sup> I boken betonas särskilt stadens påtagliga beroende av de internationella konjunkturerna. Sociologen Håkan Thörns bok *Stad i rörelse*, om den politiska kampen om stadsdelarna Haga i Göteborg och Christiania i Köpenhamn, har gett en viktig kontext till den välfärdsstatliga och bostadspolitiska utvecklingen i Göteborg under 1930-talet och decennierna efter andra världskriget.<sup>112</sup> Även kulturvårdsforskaren Ingrid Martins Holmbergs avhandling *På stadens yta*, har gett viktiga perspektiv till hur omvandlingen av arbetarklasstadsdelen Haga kan förstås i relation till större förändringmönster i Göteborgs utveckling under den studerade perioden.<sup>113</sup> Franzéns, Herttings och Thörns tidigare nämnda studie har bidragit med kunskap om och analytiska ingångar till den entreprenöriellt inriktade stadspolitikerna i Göteborg under slutet av 1990- och början av 2000-talet.<sup>114</sup>

När det gäller det som brukar kallas Göteborgsandan, den särskilda form av samarbete mellan näringslivet och politiken som ofta sägs känneteckna det politiska livet i Göteborg, har statsvetaren Gunnar Falkemark gett en överblick i en kortare text.<sup>115</sup> Falkemark betonar bland annat fenomenets historiska rötter och hur flera institutioner i staden så som Sahlgrenska sjukhuset, Chalmers tekniska högskola och det numera statliga universitetet tillkommit genom privata donationer. Han lyfter fram hur



politiken i Göteborg kännetecknats av en annan typ av samförståndsanda mellan det privata och det offentliga än i till exempel Stockholm, och inte sällan just med en kritisk udd mot huvudstaden. Efter andra världskriget kom samförståndsandan i första hand att inkludera näringslivets toppar och de tre partierna Socialdemokraterna, Folkpartiet och Högerpartiet/Moderaterna. Samsynen om arbetet för stadens bästa har under efterkrigstiden bland annat inkluderat den omfattande stadssaneringen och ett flertal storslagna byggnationer, från Nya Ullevi, som stod färdigt till fotbolls-VM 1958, via Scandinavium, som färdigställdes 1971, till Göteborgsoperan 1994. Franzén, Hertting och Thörn visar också hur den göteborgska samarbetsandan på ett relativt smidigt sätt transformerades under 1970- och 1980-talen för att integreras som en del av den entreprenöriellt inriktade stadspolitiken.<sup>116</sup> Inom de nya formerna av samverkan kom inte minst fastighetsägare i staden att få en mer framskjuten roll än de tidigare hade haft.

### Kommunal reklam, information och marknadsföring

Forskningen om kommunal reklam, information och marknadsföring har framför allt varit fokuserad på den marknadsinriktade stadspolitiken som växte fram under 1900-talets sista decennier. De historiskt inriktade studierna är få, både internationellt och när det gäller svenska förhållanden. Internationellt utgör Stephen Wards *Selling places: The marketing and promotion of towns and cities 1850–2000* (1998) ett undantag och ett standardverk.<sup>117</sup> I boken argumenterar Ward för att även om marknadsföringen av europeiska städer utan tvivel ökade i omfattning under 1900-talets sista årtionden, är fenomenet på intet sätt nytt.<sup>118</sup> I den långa raden av studier som började publiceras under slutet av 1980- och början av 1990-talet finns dock sällan ett historiskt perspektiv. Fokus i Wards bok ligger på brittiska och nordamerikanska exempel. Här konstaterar han att det finns en betydligt längre historia av att marknadsföra och sälja platser och städer i Nordamerika än i Storbritannien, vilket kan hänföras till koloniseringen av den nordamerikanska kontinenten och skapandet av helt nya städer och bosättningar som behövde invånare. I Storbritannien var platsreklamen länge framför allt förknippad med skapandet av nya kustnära turistorter som behövde besökare och med uppförandet av nya förorter som behövde befolkas. Längre begränsades den kommunalt finansierade marknadsföringen i Storbritannien av nationella regelverk och den bredare marknadsföringen av brittiska städer går framför allt att koppla till den ekonomiska turbulensen under mellankrigstiden och till de ekono-

miska omstruktureringarna från 1970-talet och framåt.

Den enda större svenska studien med ett historiskt perspektiv utgörs av Kåring Wagmans avhandling om reklam och information i Stockholm under perioden 1930–1980.<sup>119</sup> Studien har fungerat som en empiriskt grundad jämförelsepunkt för avhandlingen. Förutom det längre historiska perspektivet betonar hon behovet av att studera reklam och information tillsammans, då dessa praktiker, riktade såväl till stadens invånare som till externa målgrupper, växte fram samtidigt och många gånger är svåra att skilja åt.

Kåring Wagmans periodisering liknar den som tidigare diskuterats.<sup>120</sup> Även hon pekar ut 1930-talet som den period då det kommunala intresset för reklam och information växte fram. Från andra världskriget och framåt var det kommunala reklam- och informationsarbetet enligt Kåring Wagman tydligt kopplat till den välfärdsstatliga fördelningspolitiken och från 1970-talet och framåt till den entreprenöriellt inriktade politiken. Hon visar hur det även på den kommunala nivån växte fram en kritik mot den välfärdsstatliga politikens alltför omfattande planering och byråkrati under 1960-talet. Här lyftes den kommunala informationen fram som ett medel för att överbrygga det upplevda glappet mellan politik och medborgare.<sup>121</sup> Enligt Kåring Wagman blev dock denna period kort och kom att överskuggas av den entreprenöriellt inriktade politik som slog igenom under 1970-talet.

Kåring Wagman intresserar sig framför allt för reklam och information i tryckt form och hon inkluderar inte den kommunala produktionen av reklam- och informationsfilm i sitt primära material. Från den här studiens perspektiv framstår det som att hon avfärdar dess betydelse alltför lättvindigt.<sup>122</sup> Ett annat problem med studien är att den avslutas 1980, vilket enligt Kåring Wagman gör att hon får med den framväxande entreprenöriellt inriktade politiken. Men även om Stockholm var tidigare ute än andra svenska städer, har andra forskare, som tidigare diskuterats, pekat på att det dröjde innan den entreprenöriellt inriktade politiken fick verkligt genomslag i Sverige. Även utifrån Kåring Wagmans diskussion förefaller flera förändringar ha skett efter 1980 och den egentliga period hon studerar. Det längre tidsperspektivet i den här avhandlingen skapar förutsättningar för att tydligare visa den entreprenöriellt inriktade politikens framväxt och etablering och den betydelse den fick för såväl produktionen av kommunal stadsfilm som för kommunens bredare reklam- och informationsarbete. En annan poäng med föreliggande studie i förhållande till Kåring Wagmans är skillnaden i relationen till den statliga nivån mellan Göteborg och Stockholm som huvudstad. En viktig kontext för

avhandlingen är att Göteborg, med sin ekonomiska bas i varvsindustri och industriell produktion, på många sätt drabbades hårdare än Stockholm av de ekonomiska omstruktureringarna från 1970-talet och framåt.

När det gäller forskningen om stadsmarknadsföring från 1980-talet och framåt har flera forskare diskuterat en begreppslig skillnad mellan platsreklam och stadsmarknadsföring, och de engelska termerna *selling* respektive *branding* eller *marketing*.<sup>123</sup> Där platsreklamen, eller säljandet av staden, syftar till att skapa attraktion kring platsen ska marknadsföring, i denna åtskillnad, ses som ett vidare spektrum av aktiviteter med syfte att skapa en plats som andra attraheras av. Av språkliga anledningar kommer jag dock när det förefaller rimligt, framför allt i kapitel 8 och 9, att använda begreppet marknadsföring, eftersom det studerade materialet kan ses som del av ett bredare marknadsförings- och omvandlingsarbete och ofta användes av de studerade aktörerna själva.

Forskningen om platsreklam och stadsmarknadsföring från 1980-talet är såväl i Sverige som internationellt omfattande och spänner över en lång rad discipliner.<sup>124</sup> Grovt sett brukar två inriktningar pekats ut.<sup>125</sup> Å ena sidan, en praktisknära forskning med utgångspunkt i marknadsföringsämnet, med syfte att lyfta fram de bästa exemplen och de effektivaste metoderna för marknadsföringen av städer. Å andra sidan, en mer kritiskt inriktad, där marknadsföringen kopplas till städernas bredare politiska och ekonomiska utveckling samt sociala stratifieringar. Den här avhandlingen knyter an till den senare inriktningen, med syfte att kritiskt analysera de studerade praktikerna och det audiovisuella materialet.

## Göteborg som stad och kommun

En viktig fråga i avhandlingen och för svenska kommuners möjligheter att bedriva politik rör relationen mellan staten och den kommunala nivån. 1862 lades genom de nya kommunallagarna grunden för de svenska kommunernas styre och relation till staten för mer än ett sekel framåt.<sup>126</sup> Efterkrigstiden innebar att frågan om kommunernas organisation och indelning på nytt aktualiserades och välfärdssamhällets mest expansiva fas under 1960- och 1970-talen medförde genomgripande förändringar av den kommunala nivån.<sup>127</sup> Gamla kommunala indelningar ersattes av större enheter, inte minst genom den så kallade storkommunreformen 1952, där antalet kommuner i ett slag halverades, och de allt mer omfattande kommunala uppgifterna reglerades genom en inte sällan ganska hårdhänt statlig reglering. Under 1960- och 1970-talen genomfördes flera reformer som till stora delar ledde fram till den kommunala karta Sverige

har idag. Som en del av dessa reformer genomfördes 1971 en språklig standardisering, där det äldre begreppet stad avskaffades och ersattes av ett över hela landet enhetligt kommunbegrepp.<sup>128</sup> Göteborgs stad blev därmed Göteborgs kommun. 1981 fattade dock kommunfullmäktige beslut om att namnet Göteborgs stad skulle användas i alla fall där det inte får kommunrättsliga konsekvenser.<sup>129</sup> För att hålla språklig konsekvens i avhandlingen kommer jag dock genomgående att använda termen kommun när jag syftar på kommunen som offentlig och juridisk aktör. Termen stad kommer framför allt att användas när jag syftar på Göteborg som plats i bred bemärkelse.

I Göteborg är det som fram till 1970 hette stadsfullmäktige och därefter kommunfullmäktige stadens högsta beslutande organ och kan bäst jämföras med riksdagen på statlig nivå. Det som från 1932 fram till 1970 hette stadskollegiet och därefter kommunstyrelsen har en samordnande funktion och utses av fullmäktige. Jämte stadskollegiet fanns fram till 1970 även en drätselkammare, med ansvar för handhavandet av stadens finanser och fastighetsbestånd.

Under decennierna efter andra världskriget hade Socialdemokraterna tillsammans med kommunisterna en majoritet i fullmäktige.<sup>130</sup> Därefter har majoritetsförhållandet skiftat. Socialdemokraterna har dock kontinuerligt haft en stark ställning i fullmäktige. Bland de borgerliga partierna växte Folkpartiet kraftigt efter andra världskriget och var under 1950-talet mandatsmässigt nästan lika stort som Socialdemokraterna, men sedan slutet av 1970-talet har Moderaterna varit det största borgerliga partiet.<sup>131</sup> Under den långa socialdemokratiska dominansen innehades posten som ordförande i stadsfullmäktige under nästan 30 år, 1934–1963, av Ernst Jungen och därefter växlade posten som ordförande i kommunfullmäktige och kommunstyrelsen mellan socialdemokrater, folkpartister och moderater.<sup>132</sup> Med undantag för perioden 1991–1994 har från mitten av 1980-talet fram till 2018 posten som kommunstyrelsens ordförande innehaft av socialdemokrater och partiet har, i olika konstellationer tillsammans med Vänsterpartiet, Miljöpartiet och Feministiskt initiativ, haft den politiska makten i staden under större delen av perioden.

## Material, källor och arkiv

Avhandlingsarbetet har inte utgått från ett visst filmmaterial som sedan analyserats med hjälp av kontextualiserande arkivhandlingar. I stället har utgångspunkten varit att identifiera de tillfällen då frågan om filmproduktion har diskuterats inom kommunen och dess olika organ och bolag. Det

analyserade filmmaterialet har således vuxit fram som en del av arbetet. Styrande för hur filmmaterialet fastslagits har varit att det rör sig om audiovisuella produktioner som beställts och/eller finansierats av organ inom Göteborgs kommun. All filmproduktion inom den kommunala verksamheten kommer dock inte att analyseras. I stället fokuserar avhandlingen på de filmer och filmprojekt som i någon mån ger ett övergripande porträtt av staden och som kan förstås som stadsfilmer enligt diskussionen ovan. Internt filmmaterial inom kommunens olika organ har därför inte inkluderats. En annan faktor som bör lyftas fram är att kommunen sällan varit den enda inblandade aktören i filmernas beställning och finansiering. Snarare har ofta ett flertal privata och offentliga aktörer varit involverade. Även om andra aktörer i formell mening kan ses som beställare för några av de studerade projekten har utgångspunkten varit att kommunen ska ha stått för den största delen av filmernas finansiering, alternativt vara delägare i eller finansierat den aktuella aktörens verksamhet.

Frågan om filmproduktion har inte behandlats på en specifik plats i den kommunala organisationen. Ett första steg har därför varit att gå igenom Göteborgs stadsfullmäktiges och senare kommunfullmäktiges handlingar som finns samlade i tryckta volymer. I de register som finns för varje volym har utgångspunkt tagits i uppslagsord som ”film”, ”reklam”, ”propaganda”, ”upplysning”, ”information”, ”marknadsföring” och ”turism” från 1920 och framåt. Här har startpunkten 1920 valts för att fånga upp eventuella tidigare diskussioner om frågan. År 1999 upphörde produktionen av de tryckta och samlade volymerna. Senare protokoll och handlingar finns i stället sökbara via kommunens hemsida. På det här viset kunde de filmprojekt som behandlats direkt i stads- och kommunfullmäktige ringas in. Genomgången ledde också vidare till andra kommunala instanser och bolag där frågan om filmproduktion behandlats, i synnerhet de organ som vid olika tidpunkter har haft ansvar för stadens reklam-, informations- och marknadsföringsarbete och turistorganisationer i Göteborg och Västsverige.

Både när det gäller de filmer som analyseras i avhandlingen och kringliggande arkivmaterial har utgångspunkt tagits i såväl nationella arkiv, som Svenska Filminstitutets och Kungliga bibliotekets samlingar, och i lokala arkiv i Göteborg, i synnerhet Regionarkivet, Riksarkivet (tidigare Riksarkivet-Landsarkivet) och Göteborgs stadsmuseum. Även om utgångspunkten för att fastslå de filmer som analyseras varit de tillfällen då frågan om filmproduktion diskuterats inom kommunen, har det analyserade filmmaterialet vuxit fram i växelverkan med filmer som på förhand kan förmodas ha producerats på beställning och/eller finansiering av

kommunala organ i Göteborg. Flera av de filmer som analyseras finns tillgängliga antingen i Kungliga bibliotekets eller Svenska Filminstitutets samlingar och är i flera fall också tillgängliga för allmänhet och forskning via filmarkivet.se. Det gäller framför allt filmerna fram till och med 1970-talet. Som kommer att diskuteras i nästa kapitel framgår det sällan på vems uppdrag en beställningsfilm producerats, i synnerhet om den var ämnad för visning på biograf. Detsamma gäller en stor del av de filmer som finns tillgängliga på filmarkivet.se och i KB:s och SFI:s samlingar. För att kunna avgöra om filmerna faktiskt producerats på beställning och/eller finansiering av kommunen har de stämts av mot materialet från genomgången av de kommunala handlingarna i Göteborg.

Även om filmerna fram till 1970-talet, med ett undantag, finns bevarade i de nationella arkiven gäller det i de flesta fall bara en av deras olika versioner och det framgår sällan om filmerna producerades i flera olika varianter. I arkiven i Göteborg har flera av dessa versioner, gällande längd och/eller språk, kunnat lokaliseras. När det gäller filmerna från 1980-talet och framåt finns de flesta inte bevarade i de nationella arkiven, inte ens i de fall då de producerades på analog filmbas. Flera av dessa filmer finns i stället bevarade i Göteborg, framför allt på Regionarkivet eller tillgängliga på digitala plattformar. I något fall har den faktiska filmen inte kunnat lokaliseras, även om material kring dess förarbete finns bevarat. När det gäller de filmer som finns bevarade i Svenska Filminstitutets arkiv, så finns de också listade i Svensk Filmdatabas. De flesta av de övriga filmerna finns inte listade i databasen eller i något annat filmhistoriskt översiktsverk.

När det gäller det bevarade materialet kring filmerna, som använts för att spåra hur de beställts, finansierats, distribuerats och visats, varierar detta i hög grad, både när det gäller omfång och detaljrikedom. De fyra första filmprojekten, från slutet av 1930- till mitten av 1960-talet, diskuterades alla i stadsfullmäktige och/eller stadskollegiet och en grundläggande bild av projekten har gått att få utifrån dessa handlingar. Däremot är relativt lite handlingar bevarade från de olika arbetsgrupper som tillsattes för att diskutera projekten.

Från 1970-talet och framåt diskuterades frågan om filmproduktion inom mindre avdelningar inom kommunen eller inom offentliga-privata bolag och samarbetsorgan. Under 1970-talet och början av 1980-talet var stadskansliets informationsavdelning inblandad i två filmprojekt. Under 1980-talet producerades flera filmer inom bolaget Gothenburg Region Promotion Office (GRPO). Det bevarade materialet från dessa avdelningar och bolag varierar, men är från både stadskansliets informationsavdelning och GRPO omfångsrikt. Det bevarade materialet från informationsavdel-

ningen är omfattande men svårt att överblicka. Materialet är organiserat tematiskt och ämnesvis och inte utifrån organisatoriska och kronologiska grunder, och material tillhörande samma tema finns också utspritt över olika volymer. Arkivet framstår som relativt rörigt, fragmentariskt och oklart ordnat, med stor osäkerhet kring eventuella luckor, vilket material som har sparats och var detta material finns bevarat. Här finns två volymer med material om filmproduktion, men material om film- och videoproduktion förekommer även i ett flertal andra volymer. Från GRPO finns två volymer rörande filmproduktion bevarade, som dock inte är kronologiskt ordnade.

Från början av 1990-talet har det kommunala bolaget Göteborg & Co haft det största ansvaret för marknadsföringen av Göteborg. Fram till 2010 genomfördes tre större filmproduktioner av bolaget och därefter ett flertal mindre produktioner. När det gäller de filmer som Göteborg & Co producerat har utgångspunkten för studien framför allt varit årsrapporter och annat tryckt material och här har även två intervjuer genomförts för att få en bild av användningen av audiovisuellt material inom bolaget. Även när det gäller den sista studerade filmen, *Hållbar stad öppen för världen* från 2015, som producerades på uppdrag av kommunikationsavdelningen på stadsledningskontoret, har en intervju genomförts.

I flera av de studerade filmprojekten har externa aktörer varit inblandade i filmernas förarbete och distribution. Det gäller framför allt de turistorganisationer som på uppdrag av offentliga och privata aktörer har haft hand om övergripande frågor rörande turism i Göteborg och närliggande delar av västkusten och Västra Götaland. Turistorganisationerna har under den studerade perioden genomgått ett flertal namnbyten och omorganisationer och de geografiska ansvarsområdena har förändrats.<sup>133</sup> Här har de viktigaste varit Göteborgs och Bohusläns turisttrafikförening (1937–1959), Göteborgs och Bohusläns turisttrafikförbund (1960–1969) och Västkustens turisttrafikförbund (1969–1979), som på olika sätt har varit involverade i flera av de studerade projekten. Den äldre organisationens arkivhandlingar finns bevarade på Riksarkivet i Göteborg och de senares på Regionarkivet i Göteborg, men har luckor.

För att spåra filmernas distribution och visning har material från bland annat de olika inblandade filmbolagen, SJ:s filmavdelning, Svenska institutet och landets AV-centraler använts, som i de flesta fall finns bevarat i Kungliga bibliotekets samling för vardagstryck. För att skapa en bredare överblick av beställningsfilmslandskapet och mer specifikt produktionen av kommunal stadsfilm under de tidsperioder som avhandlas i respektive kapitel har en kompletterande utgångspunkt tagits i statliga utredningar,

tidskrifter utgivna av kommunala intresseorganisationer, tidskrifter från filmbranschen och annat tryckt material från aktörer inom beställningsfilmsbranschen. En återkommande referenspunkt har varit artiklar och notiser i tidskrifter som getts ut av Svenska stadsförbundet (1908–1968), Svenska Kommunförbundet (1969–2005) och Sveriges Kommuner och Landsting (2007–2019),<sup>134</sup> framför allt den förstnämnda organisationens tidskrift *Svenska stadsförbundets tidskrift*.

### Studerade filmer

Utifrån diskussionen om hur avhandlingens material har ringats in kan nu de huvudsakliga studerade filmerna presenteras.<sup>135</sup> Från slutet av 1930-till mitten av 1970-talet genomfördes ett filmprojekt om Göteborg per decennium som uppfyller de ovan diskuterade kriterierna. Den första filmen utgörs av *Staden vid Göta älv* (1938). Det andra projektet ledde fram till de två filmerna *Sveriges port mot väster* (1946) och *Staden vid Västerhavet* (1946). Därefter följer *Den gyllene porten* (1957), *Göteborg – Hjärtpunkt i Norden* (1964) och *Göteborg* (1973). Filmerna är mellan knappt femton och drygt tjugo minuter långa, förutom *Sveriges port mot väster* som är drygt trettiofem minuter lång. Av dessa filmer fanns alla utom *Staden vid Västerhavet* och *Den gyllene porten* tillgängliga på filmarkivet.se vid projektets början. Dessa två filmer har under projektets gång lokaliserats i Göteborgs stadsmuseums samlingar respektive på Regionarkivet i Göteborg och har digitaliserats inom ramen för avhandlingsprojektet.<sup>136</sup>

Från 1980-talet är det studerade filmmaterialet mer omfattande och inkluderar fyra filmer: *Gothenburg goes offshore* (1981), *Göteborg – Porten mot väster* (1982), *Gothenburg – Gateway to Scandinavia* (1983) och *A west side story* (1985). De tre första filmerna är mellan tolv och tjugo minuter långa och finns bevarade på Regionarkivet i Göteborg och har digitaliserats som en del av projektet. Den fjärde filmen har inte gått att lokalisera, varken i de nationella eller lokala arkiven.

Från början av 1990-talet till 2010 genomfördes tre större filmproduktioner: *Göteborg – The friendly city* (1997), *Göteborg – We love you* (2003) och *go: Meet the world in Gothenburg* (2010). De tre filmerna producerades alla i flera olika versioner på upp till tolv minuter. De två första finns tillgängliga i en av sina versioner i Svensk mediedatabas (SMDDB) och den tredje filmen går att ta del av i ett flertal olika versioner på Göteborg & Co:s och regissören Jan-Olof Fritzes kanaler på Vimeo. Under de följande åren blev produktionen av audiovisuellt material allt mer flytande, svårare att precisera som klart avgränsade verk och ett flertal kortare filmer produ-



cerades, och de filmer som kommer att analyseras finns tillgängliga via Göteborg & Co:s Vimeo-kanal. Den sista filmen som analyseras i avhandlingen, *Hållbar stad öppen för världen* från 2015, finns tillgänglig i alla sina olika versioner på kommunens hemsida.

### Analog och digital film

Hade den här avhandlingen skrivits för, säg, ett decennium sedan, hade den sett annorlunda ut. Avhandlingen är skriven i direkt relation till den digitala utvecklingen och den pågående digitaliseringen av (delar av) den svenska filmhistorien. Samtidigt är det, vilket kommer att bli uppenbart, många delar av denna filmhistoria som ännu inte digitaliserats. En stor del av det äldre materialet är, som påtalats, tillgängligt via filmarkivet.se, vilket skapar stora möjligheter både att under analysen av filmerna gå igenom dem upprepade gånger och för läsare av avhandlingen att själva kunna ta del av dem. En del av filmerna finns också tillgängliga i digital form via SMDb och har då antingen kunnat beställas överförda till DVD-skiva för påsyn vid Göteborgs universitetsbibliotek eller på plats på Kungliga biblioteket i Stockholm. En stor del av filmmaterialet finns, som diskuterats, bara bevarat i Göteborg, på Regionarkivet eller på Göteborgs stadsmuseum. I de flesta fall har dock filmerna varit försedda med knapphändiga eller ofullständiga metadata och varken på stadsmuseet eller på Regionarkivet finns möjlighet att ta del av filmmaterial i analog form. Det material som varit av intresse för avhandlingen har i stället digitaliserats inom ramen för arbetet där jag som forskare via arkivet eller museet fått beställa och finansiera digitalisering som genomförts av en extern aktör. I vissa fall har det inte varit praktiskt möjligt att digitalisera filmmaterialet. Det gäller framför allt de olika språkversionerna av *Göteborg – Hjärt-punkt i Norden* (1964), som finns bevarade på Regionarkivet. Här var det svårt att bedöma materialets skick och innehåll utifrån de delvis ofullständiga arkivnoteringarna för att kunna avgöra vad som inom ramen för studien var relevant att digitalisera.

Rent praktiska skäl gör således att avhandlingen nästan uteslutande tar sin utgångspunkt i digitaliserade versioner av de studerade filmerna. I sin uppmärksammade bok *From grain to pixel: The archival life of film in transition* diskuterar Giovanna Fossati vilka konsekvenser övergången från analog till digital film får för filmhistorisk arkiv- och bevarandepraktik.<sup>137</sup> En viktig skillnad som Fossati diskuterar är den mellan *film as original* och *film as dispositif*.<sup>138</sup> Synsättet *film as original* innebär att så långt det är möjligt återskapa en filmhistorisk artefakt så som den såg ut vid ett givet historiskt

ögonblick. *Film as dispositif* erkänner i stället att filmer alltid rört sig genom olika visningskontexter och att en ursprunglig artefakt inte låter sig rekonstrueras. Den digitala film som forskaren eller en intresserad åskådare tar del av idag är helt enkelt bara ett av många dispositiv och möten med en publik som en viss film genomgått.

Fossatis diskussion rör i första hand spelfilm, men perspektivet är särskilt giltigt för den typ av filmer som studeras i den här avhandlingen, som många gånger existerar i flera olika versioner och som visats i en lång rad olika sammanhang. Även om ett syfte med avhandlingen är att spåra och kartlägga hur de studerade filmerna rört sig mellan olika visningskontexter och dispositiv, är det omöjligt att återskapa dessa ursprungliga visnings-situationer. I analysen av de studerade filmerna kommer jag således att utgå från digitaliserade versioner, samtidigt som jag så långt det är möjligt spårar hur filmerna visades och hur historiska publikar reagerade. I ett fall där jag upplevde tveksamheter kring om min tolkning av filmen kunde hänföras till kvaliteten på digitaliseringen har jag dock konsulterat den analoga kopian. Det gäller *Staden vid Göta älv* (1938), som diskuteras i kapitel fyra, och i detta fall var det också möjligt att få titta på den analoga kopian i ett forskarrum på Svenska Filminstitutet.

### Disposition

Avhandlingen består av totalt tio kapitel. Efter detta inledande kapitel, följer kapitel 2 där avhandlingens teoretiska och metodologiska ramverk preciseras. I kapitel 3 följer en historisk bakgrund till produktion av beställningsfilm och stadsfilm i Sverige. Därefter följer totalt sex empiriska kapitel, som är uppdelade i tre delar enligt den periodisering som diskuterats ovan. I del ett, kapitel 4 och 5, diskuteras perioden från slutet av 1930-talet fram till 1960-talet. I del två behandlas i kapitlen 6 och 7 1970- och 1980-talen. I del 3 diskuteras i de två kapitlen 8 och 9 perioden 1990–2015. I kapitel 10, slutligen, diskuteras avhandlingens övergripande resultat.

# STADSFILM

## INDUSTRI- & REKLAMFILM

Alla slag av modern filmpropaganda utföres med våra stora, förstklassiga resurser för upptagning samt **med garanti** för visningarna.

INFORDRA KOSTNADSFÖRSLAG!

Vi utarbeta gärna manuskript.

## A.-B. EUROPA FILM

Reklam- & Industrifilmavdelning  
Kungsgatan 24 STOCKHOLM  
Telefon: Namnanrop Europa Film

*Visning ordnas i alla städer och större platser  
över hela Sverige.*

## 2. Metod och teori

En annons för filmbolaget Europafilm i nykterhetsrörelsens tidning *Reformatorn* från 1939. Under ordet "Stadsfilm" i fet svart stil och den mindre rubriken "Industri- och reklamfilm" förkunnas att bolagets reklam- och industrifilmavdelning utför: "Alla slag av modern filmpropaganda" med "förstklassiga resurser för upptagning samt med garanti för visningarna".<sup>1</sup> I det lilla formatet kan annonsen fungera som en ingång till flera av de teman som diskuteras i avhandlingen. Under slutet av 1930-talet var Europafilm det ena av de två stora, och enda fullt integrerade, filmbolagen i Sverige, med produktion, distribution och visning. Det andra var Svensk Filmindustri (SF).<sup>2</sup> Just att bolaget både producerade och kunde garantera visning av de inspelade filmerna trycks det på i annonsen. Den visar också att bolaget, som inom den filmvetenskapliga historieskrivningen framför allt uppmärksammats för sin spelfilmsproduktion, precis som SF även hade en avdelning för reklam- och industrifilm. Att ordet stadsfilm har en överordnad plats i rubriken pekar på att det var en så pass väletablerad term att den kunde användas utan närmare förklaring. Men vem riktade sig annonsen till? Vilken betydelse lades i termer som stadsfilm, industrifilm, reklamfilm och filmpropaganda? Vilka kontexter var de producerade filmerna tänkta att visas i? Detta slags frågor diskuteras i den här avhandlingen.

★

I det här kapitlet kommer avhandlingens metodologiska och teoretiska ramverk och angreppssätt och ett antal för studien centrala begrepp att presenteras. Som diskuterades i föregående kapitel, utgår avhandlingen från ett metodologiskt perspektiv som kan beskrivas som en historisk pragmatism, vilket innebär att anamma det studerade materialets komplexitet och studera det i dess konkreta och inte sällan flyktiga empiriska

sammanhang. En utgångspunkt för hur studiens metoder har utformats är att beställningsfilm och dess praktiker av produktion och visning har ett antal karaktäristiska drag som påverkar de sätt på vilka de kan och bör studeras. I det följande kommer några av dessa drag och begrepp och metodologiska ansatser att preciseras. Dessförinnan vill jag dock positionera mitt metodologiska angreppssätt i relation till de tre omfattande studierna av Stjernholm, Thomson och Wickman som alla tar avstamp i tidigare sällan utnyttjat källmaterial och uppmärksammar filmpraktiker vid sidan om traditionella filmhistorieskrivningar.<sup>3</sup> De tre studierna har på olika sätt varit viktiga för avhandlingen. Samtidigt skiljer sig deras angreppssätt åt både sinsemellan och i relation till föreliggande studie.

Ett grundläggande källkritiskt perspektiv, med fokus på filmernas funktion och visningspraktiker, delar avhandlingen med Wickmans studie. Samtidigt studerar Wickman en mer avgränsad filmpraktik och enbart de undervisningsfilmer som producerades för internt bruk inom krigsmakten och utgångspunkten är därför i första hand arkivmaterial från AMF. I den här avhandlingen studeras i stället filmmaterial där en lång rad lokala och nationella aktörer utöver Göteborgs kommun varit inblandade i såväl beställning, produktion, distribution och visning. Avhandlingen tar därför utgångspunkt i en bredare uppsättning av källor och arkiv på såväl nationell som lokal nivå.

I jämförelse med Stjernholms studie syns betydande skillnader. Stjernholm kartlägger och analyserar i sin studie Werners roll och omfattande verksamhet som beställningsfilmare, snarare än filmernas funktion hos den beställande aktören. Även om han uppmärksammar att flera av Werners beställningsfilmer redigerades om i flera versioner och på olika språk för internationell distribution, genomförs inte någon mer detaljerad undersökning av hur filmerna cirkulerades och visades. Utgångspunkten är i första hand material som finns bevarat bland Werners omfattande arkivhandlingar på Svenska Filminstitutet. Detta har bidragit med detaljerad empiri, till exempel korrespondens, kring flera av de studerade filmerna. Samtidigt hade material från beställande aktörer kunnat bidra med andra perspektiv kring filmprojekten, rörande till exempel syften, målgrupper och finansiering. I den här avhandlingen studeras beställningsfilm i stället just från den beställande aktörens perspektiv, med fokus på filmernas funktion och visning. Detta innebär också att avhandlingen lägger tydlig vikt vid arkivets roll i studiet av beställningsfilm, inte minst när det gäller de olika versioner som producerats av de studerade filmerna.

Thomson anlägger i sin studie ett metodologiskt perspektiv inspirerat av den aktör-nätverks-teori (ANT) som framför allt Bruno Latour har

utvecklat.<sup>4</sup> Detta innebär bland annat att lyfta fram agensen hos såväl mänskliga som materiella aktörer och objekt och en omvärdering av det sociala som en inte på förhand given entitet. Föreliggande avhandling har likheter med Thomsons studie. Med avhandlingens långa tidsperspektiv och stundtals fragmentariska empiriska material framstår det dock som svårt, och kanske inte som särskilt produktivt, att anlägga ett ANT-perspektiv. I stället har den metodologiska utgångspunkten varit det pragmatiska perspektivet, utifrån bland annat Elsaesser, Zimmermann och Kessler, som diskuterats ovan. Men precis som Thomson tar jag i avhandlingen fasta på filmmediets materiella egenskaper i analysen av de studerade filmernas produktion och distribution. Ett område där dessa materiella aspekter på ett tydligt sätt påverkar filmernas form är deras internationella distribution och produktionen av versioner på olika språk, där Thomson lyfter fram flera aspekter med bäring för denna studie.<sup>5</sup>

Thomson pekar till exempel på de tekniska begränsningarna i produktionen av olika språkversioner, inte minst svårigheterna att redigera ljudspåret i efterhand. Det vanligaste förfarandet var därför att använda ljudspår med speakerröst på olika språk som helt och hållet ersatte det ursprungliga ljudspåret och dess speakerröst snarare än dubbning eller textning av filmerna, något som också påverkade möjligheterna att ha synkroniserad dialog i filmerna.<sup>6</sup> Materiella begränsningar i kombination med kulturella konventioner för att undvika dubbning påverkade således filmernas uttryck om de skulle distribueras internationellt. I avhandlingen kommer jag att spåra just hur formmässiga aspekter hos de studerade filmerna kan förstås i relation till den här typen av konventioner, materiella och ekonomiska begränsningar och de visningskontexter filmerna var ämnade för.

### **Att studera beställningsfilm: Metodologiska och teoretiska ingångar**

Forskningen om *useful cinema* och beställningsfilm, så som den vuxit fram sedan början av 2000-talet, har, som diskuterades i föregående kapitel, framför allt inriktat sig på audiovisuellt material producerat på analog filmbas och i många fall har mitten av 1960-talet varit en främre tidsram. I den här studien är tidsperspektivet längre. Filmer producerade och distribuerade på såväl analog filmremsa som på video och i digitala format kommer att analyseras. Genom att ta avstamp i de begrepp och metodologiska perspektiv som etablerats inom fältet kring *useful cinema* blir det möjligt att visa på såväl kontinuitet som förändring genom den studerade perioden och mellan olika mediala tekniker.

Som också påpekades i förra kapitlet ryms ett brett spektrum av filmer och filmpraktiker under paraplybegrepp som beställningsfilm, industri-film och *useful cinema*. Från formmässigt enkla och ofta namnlösa filmer, främst avsedda för internt bruk inom ett företag eller en organisation, till mer påkostade filmer, ofta med tydligare verksstatus och med externa målgrupper och visningskontexter i åtanke. Här vill jag argumentera för att de begrepp och perspektiv som presenteras i det följande kan appliceras på hela detta spektrum av beställningsfilmer. Samtidigt får begreppen olika vikt och betydelse när de appliceras i specifika empiriska sammanhang och beroende på den typ av filmer och filmpraktiker som studeras. Även om det kan antas att flera av de filmer som studeras i avhandlingen var prestigeprojekt, är detta något som kan ha förändrats över tid och som kommer att studeras empiriskt.

För att kunna rekonstruera de sammanhang som en beställningsfilm producerades och visades inom krävs det att forskaren tar sin utgångspunkt i annat kringliggande arkivmaterial vid sidan om den faktiska filmen. Men att ta utgångspunkt i detta arkivmaterial ska förstås som något mer än att bara sätta in filmen i en historisk kontext. Snarare handlar det om att visa hur detta påverkar filmernas form och adressering och om att, så långt det är möjligt, rekonstruera den situation som filmen skapat genom att visas i ett specifikt sammanhang och för en viss publik. Elsaesser har argumenterat för att beställningsfilmer bör analyseras som *events*, händelser, snarare än bara som filmiska texter.<sup>7</sup> Filmen som event är knuten till en viss tid och plats, den dyker upp och försvinner och kan vara planerad på förhand, men också mer slumpmässig. Här blir själva filmen bara en del av det som bör analyseras och utrymme lämnas för så väl heterogenitet som motsägelser. För att peka på relationen mellan olika mediala objekt och praktiker inom ett specifikt historiskt och organisatoriskt sammanhang, ett företag, en organisation eller till och med en hel stad, har Elsaesser också lanserat begreppet *Medieverbund*.<sup>8</sup>

I analysen av olika former av beställningsfilm argumenterar Elsaesser för att forskaren bör ta avstamp i kartläggning av tre ”A:n”: *Auftraggeber*, *Anlass* och *Adressat*.<sup>9</sup> Det vill säga: Vem beställde filmen? Med vilket syfte producerades den? Vem riktade den sig till? Dessa tre A:n ska ses som elastiska och rätt sammankopplade och kommer att fungera som en övergripande ingång i kartläggningen och analysen av de olika produktionerna oavsett om de producerades på analog filmbas, på video eller i digitalt format.

Det första A:et, *Auftraggeber*, handlar helt enkelt om på vems beställning filmen producerades. Det är dock ofta svårt att utifrån själva film-

materialet avgöra vem som låg bakom en viss beställningsfilm. Var filmen av det enklare slaget och visades i interna sammanhang fyllde uppgifter om beställare sällan någon funktion. Inte heller om den visades i externa eller mer publika sammanhang, som förfilm på bio eller i skolor, angavs regelmässigt beställare eller finansiärer i för- och eftertexter.<sup>10</sup> För att överhuvudtaget kunna identifiera en films beställare krävs således så gott som alltid annat kringliggande arkivmaterial. Förmodligen är detta också en bidragande orsak till att beställaren ofta varit en förbisedd kategori när kortfilmer som visats som en del av bioprogrammet tidigare har studerats.

Det andra A:et, *Anlass*, handlar om syftet och den bredare anledningen till att filmen producerades. Eftersom filmproduktion länge var förknippad med höga produktionskostnader fanns ofta speciella anledningar och tillfällen då företag och organisationer valde att beställa en film. Zimmermann diskuterar tre sådana dominerande anledningar.<sup>11</sup> För det första, att uppmärksamma ett jubileum på ett företag eller en organisation. För det andra, som en del av medverkan på mässor och utställningar, där filmen sågs som ett effektivt medel för att nå många besökare. Mest intressant för denna studie är kanske den tredje anledningen, som enligt Zimmermann kan sammanfattas under den breda rubriken ”modernisering”, där filmmediet fungerade som ett medel för att informera om och propagera och skapa acceptans för den modernisering och de förändringsprocesser som var på väg att förändra medborgarnas, väljarnas eller konsumenternas vardagsliv. När det mer specifikt gäller de syften med vilka industrifilmer producerats har Hediger och Vonderau föreslagit att de tre A:na kan kompletteras med tre ”R”: *record*, *rationalization*, *rhetoric*.<sup>12</sup> Det vill säga för att dokumentera och i (audio-)visuell form bevara en produktionsprocess eller någon särskilt viktig begivenhet inom företaget, för att optimera, underlätta och rationalisera produktions- eller arbetsprocesser eller som ett sätt att visa upp företagets verksamhet.<sup>13</sup> Eftersom de tre R:n framför allt är inriktade på mer renodlade industrifilmer kommer de bara i enstaka fall att användas i föreliggande studie.

När det gäller det sista A:et, *Adressat*, hänger frågan om vem filmerna riktade sig till tätt samman med frågan om syftet med produktionen och de olika visningskontexter som filmen producerades för. En första grov indelning kan göras mellan filmer som riktar sig inåt mot den egna organisationen och filmer som riktar sig utåt.<sup>14</sup> Samtidigt producerades många filmer med ett flertal olika målgrupper och visningskontexter i åtanke. Zimmermann betonar också att en ofta förekommande praktik var att producera skraddarsydda versioner för olika åskådargrupper och visnings-



sammanhang, vilket visar på den pragmatik och instrumentalism som kännetecknar många beställningsfilmer.<sup>15</sup>

Utöver de tre A:na och de tre R:en föreslår Vonderau i antologin *Films that sell* ytterligare en alliteration – tre ”T:n” – som ett sätt att precisera några karaktäristiska drag för många beställningsfilmer och de sätt på vilka de kan studeras: *topoi*, *transient objects* och *topographies*.<sup>16</sup> För det första handlar det om att analysera filmernas *topoi*, det vill säga återkommande teman, motiv och retoriska, stilistiska och narrativa grepp. Detta är också en central del av det som kallas serieanalys där en större mängd likartat filmmaterial analyseras. I den här avhandlingen kommer jag att ta fasta på begreppet, men använda det svenska ordet topik och det som inom retoriken kallas topikanalys, som diskuteras mer utförligt nedan.

För det andra handlar det om att förstå beställningsfilmer som flyktiga (*transient*) objekt. Detta både i bemärkelsen att de ofta har en kort livslängd när de väl uppfyllt sina syften, men också att de snarare bör förstås som flyktiga och textuellt instabila, än som fixerade och statiska objekt. Många beställningsfilmer kännetecknas av en öppen textuell karaktär och producerades både genom återanvändning av material från äldre filmer, i olika språkversioner för internationell distribution och i skraddarsydda versioner för olika visningskontexter och mot olika målgrupper.<sup>17</sup>

För det tredje handlar det om att fokusera på de många olika och skiftande platser och sammanhang som en given film visades inom (*topographies*) och hur dessa visningskontexter påverkade hur en viss film etiketterades och ramades in. Ju mer efemärt ett studieobjekt är, desto större ansträngning måste enligt Zimmermann läggas på att spåra och lokalisera det; *var* något hände är centralt för att kunna diskutera hur och varför det hände.<sup>18</sup> Waller använder på liknande sätt begreppet *multi-sited cinema* för att peka på något av denna dynamik och de många olika rum och platser som dessa filmer visades inom. Vonderau har i en diskussion om reklamfilm också lanserat det närliggande begreppet *para-sited cinema*, för att peka på hur reklamfilm rör sig mellan olika visningskontexter och på olika sätt drar nytta av dessa kontexters kulturella logiker.<sup>19</sup>

Det förhållande som skapas mellan en film och dess åskådare när den visas i ett visst sammanhang kan ses som en form av dispositiv. Begreppet kan härledas till Foucaults senare arbeten, men var inom filmvetenskapen länge framför allt förknippat med den *apparatus-theory* som etablerades under 1970-talet genom Jean-Louis Baudrys arbeten och inom tidskriften *Screens* ramar.<sup>20</sup> Kort sammanfattat var dispositivet för Baudry den ideologiska verklighetseffekt och låsta åskådarposition som fiktionens filmen skapade i biografialongen, där den fiktiva filmens narrativa struktur och

illusion av verkligheten korresponderade mot åskådarens undermedvetna begär.<sup>21</sup> Teorin blev hårt debatterad och ifrågasatt både av kognitivt och feministiskt inriktade filmforskare.<sup>22</sup> Den kritiserades också av företrädare inom den nya filmhistoriska forskningen som genom empiriskt grundade filmhistoriska undersökningar pekade på att det fanns lite som stödde den determinism och teleologi som underbyggde *apparatus*-teorin.

Som en vidareutveckling av den senare kritiken har under början av 2000-talet olika vägar mot ett mer processuellt, rörligt och historiskt kontextualiserat begrepp diskuterats, som ligger i linje med det sätt på vilket begreppet kommer att användas i avhandlingen.<sup>23</sup> Här har till exempel Kessler argumenterat för att: ”At different moments in history, a medium can produce a specific and (temporarily) dominating configuration of technology, text and spectatorship. An analysis of these configurations could thus serve as a heuristic tool for the study of how the function and the functioning of media undergo historical changes”.<sup>24</sup> Enligt Kessler kan detta pragmatiska perspektiv på begreppet öppna upp för att beakta hur samma film används inom olika visningskontexter eller institutionella sammanhang och skapar således utrymme för att analysera en mångfald av dispositiv, synkront och diakront. Här bör såväl den adressering som det specifika sammanhanget och institutionella ramverket skapar, som den teknologi den är beroende av beaktas. Det centrala för min analys är att det spelar roll om en viss film visades som förfilm på biograf, som del av ett företagsevent, inom ramen för skolundervisningen, eller rörde sig mellan ett flertal olika kontexter. Begreppet dispositiv kommer fungera som ett sätt att diskutera hur en viss film mottogs av åskådare i olika visningskontexter och hur formmässiga aspekter av de studerade filmerna kan förstås i relation till de olika kontexter den visades inom.

För att sammanfatta: att beställningsfilmer och deras kringliggande praktiker av produktion och visning karaktäriseras av drag som på många sätt skiljer dem från den spelfilm, och i viss mån dokumentärfilm, som länge stod i fokus inom den filmvetenskapliga forskningen, får konsekvenser både för hur de kan studeras och för de sätt på vilka de behandlats av de arkiv där de har bevarats. Detta lyfter Wickman fram i sin studie av militär undervisningsfilm i Sverige under mellankrigsperioden:

Personerna som producerat filmerna och de som agerar i dem är ofta anonyma, titlar har bytts, filmer klippts om, något premiärdatum har aldrig förekommit, de har visats i otillgängliga rum, recensioner är ovanliga och filmerna har inte vunnit offentligt uppmärksammade priser. Dessa parametrar har ansetts väsentliga inom den huvudfåra av filmforskning som ägnat sig åt så kallad ”major cinema”. Arkiven som

rymmer det som definierats som ”useful cinema” lovar mycket i mängd men har sina begränsningar när det gäller klassificering, sökbarhet och tillförlitlighet. Det gäller också textdokumenten om dessa filmer och det filmkulturella sammanhang där de ingick.<sup>25</sup>

Med avstamp i beställningsfilmens filmkulturella praktiker och de sätt som de finns bevarade på genomförs i den här avhandlingen en källkritisk och arkivdriven grundforskning. Detta innebär ett metodiskt och empirinära angreppssätt som samtidigt är lyhört för de riktningar som materialet öppnar upp. Denna källkritiska metod, så som den används i avhandlingen, är tätt kopplad till det övergripande pragmatiska perspektivet, samt de tre A:na och de tre T:na. Även om de två alliterationerna bör ses som tentativa har de i avhandlingen fungerat både som ett sätt att precisera det studerade materialet och att kartlägga hur det beställts och finansierats, dess syften och målgrupper, hur det distribuerats och de sammanhang det visats inom. Därefter har de fungerat som en ingång för att analysera filmmaterialet och de sätt på vilka åskådaren adresseras.

I kartläggningen av det studerade materialet har utgångspunkten varit arkivmaterial som i liten omfattning uppmärksammats inom den svenska filmhistoriska forskningen, framför allt protokoll, korrespondens och annat material från olika kommunala instanser så som kommun- och stadsfullmäktige, bolag och arbetsgrupper. I föregående kapitel beskrevs hur det studerade materialet vuxit fram som en del av avhandlingens undersökning. Även om flera filmer, som påpekats, finns bevarade i de nationella arkiven, har en central poäng, givet avhandlingens källkritiska ingångar, varit att placera in dem i deras lokala institutionella sammanhang. I flera fall har det faktum att filmerna faktiskt producerades på beställning av kommunala organ bara kunnat bekräftas av det lokala arkivmaterialet. Med utgångspunkt i det studerade materialets flyktiga karaktär och avhandlingens fokus på de olika sammanhang det visats inom har stor vikt också lagts vid att spåra material från en rad olika arkiv och samlingar på såväl lokal som nationell nivå, där material från olika aktörer och arkiv kombinerats på sätt som inte varit givna på förhand.

### Beställningsfilm, närläsning och topikanalys

Flera forskare lyfter, som diskuterades i föregående kapitel, fram det som kallas serieanalys när en större mängd likartat beställningsfilmsmaterial av enklare karaktär ska analyseras. I denna form av analys ligger fokus inte på de enskilda filmerna utan på återkommande motiv, teman och form-

mässiga grepp i materialet som helhet, det Vonderau kallar *topoi*. I jämförelse med det omfattande material som brukar vara utgångspunkt för en serieanalys är det antal filmer som studeras i den här avhandlingen mindre omfångsrikt.<sup>26</sup> Det kan också antas att flera av de filmer som analyseras betraktades som prestigeprojekt och där ligger närläsningen av de enskilda filmerna närmare till hands. Här ligger fokus på det sätt på vilket Göteborg representeras med hjälp av specifika audiovisuella tekniker i den enskilda filmen och detta kopplas till de syften med vilka filmen producerades och de målgrupper den var ämnad för.

Thomson påpekar dock att viss försiktighet bör iaktas när man i en närläsning etablerar samband mellan beställarens syften och den färdiga filmens uttryck.<sup>27</sup> Enligt Thomson är det under många beställningsfilmers förarbete ofta möjligt att se hur olika intressen, motsägelsefullheter, kompromisser och otydligheter och kanske också en brist på förståelse för filmmediets möjligheter och begränsningar påverkat hur beställningen utformas. Själva produktionsprocessen är också ofta fylld av ekonomiska och materiella kompromisser och begränsningar, och av beslut som fattas i stunden. När det gäller prestigefyllda beställningsfilmer av mer profilerade filmskapare är det också möjligt att denne givits större utrymme i filmens utformning. Många gånger kunde också en uppbyren regissör vara ett sätt att förläna en viss kulturell status till ett beställningsfilmsprojekt.<sup>28</sup> Den vikt som läggs vid å ena sidan beställarnas syften och å andra sidan filmskaparens ambitioner beror alltså i hög grad på den typ av film eller filmer som analyseras. Även den vikt som bör läggas vid historiskt specifika stilistiska och genremässiga konventioner och filmtekniska begränsningar varierar. Som Zimmermann påpekar kan många beställningsfilmer avsedda för internt bruk upplevas som formmässigt föråldrade om de jämförs med spelfilmsproduktioner från samma tidsperiod, medan mer påkostade beställningsfilmer avsedda för biografvisning många gånger kan vara nog så stilistiskt ambitiösa och närmast slösaktigt påkostade.<sup>29</sup>

En ambition med avhandlingen är att analysera hur bilden av Göteborg och stadens historia och framtida utveckling konstrueras över tid, där vissa aspekter återkommer och andra förändras. De filmer som står i fokus kommer att analyseras var för sig i de olika kapitlen. Samtidigt spänner det studerade materialet över en lång tidsperiod och det kan förmodas att flera av filmerna har en likartad karaktär, där ett antal motiv och narrativa och formmässiga grepp återkommer. Även om filmerna analyseras kronologiskt kommer begreppet topik att användas som ett sätt att analysera hur vissa formella grepp, narrativa strukturer och motiv återkommer och hur annat förändras och är mer flyktigt tidsbundet. Detta kan ses som en

mer löst hållen serieranalys och kommer framför allt att lyftas fram i avhandlingens avslutande kapitel.

Inom retoriken är termen topik och topikanalysen centrala, men omvistade.<sup>30</sup> Ordet topik kommer från grekiskans *topos, topoi* i plural, vilket betyder plats, och som var ett av de tre T:n som Vonderau argumenterade för att forskaren bör fokusera på i studiet av beställningsfilm.<sup>31</sup> Plats ska här inte förstås i fysisk bemärkelse utan som de mentala platser där talaren kan finna material och argument. En jämförelse kan göras med engelskans *topic*, tema eller ämne på svenska, och i äldre svenska användes ordet topik just på detta sätt, men inom retorikteorin är betydelsen bredare och bör inte reduceras till tema.<sup>32</sup> Enligt litteraturvetaren och retorikforskaren Janne Lindqvist är termen mångtydig och kan å ena sidan stå för ”utgångspunkter för argument”, de kategorier som en skribent eller filmmakare kan ta avstamp i för att finna eller ordna sina utgångspunkter.<sup>33</sup> Å andra sidan kan det stå för ”argumentationsmönster”, de strukturer som dessa utgångspunkter ordnas inom.<sup>34</sup> Inom retoriken särskiljs också mellan allmänna och speciella, eller särskilda, topiker, där de första kan användas oavsett vilket ämne som behandlas och de senare är knutna till speciella ämnen, genrer eller kontexter.<sup>35</sup> Topiken för jämförelse kan till exempel användas oavsett vilket ämne som behandlas, medan topikerna för ett begravnings- eller brölloppstal eller ett anförande under en rättegång är mer specifika. Lindqvist listar ett tjugotal allmänna topiker, som han delar in i fyra större grupper: definitionstopiker, jämförelsetopiker, kausalitetstopiker, och motsatstopiker. Ambitionen med avhandlingens filmanalys är inte att genomföra en fullt utvecklad topikanalys eller att på ett uttömmande sätt ringa in ett antal allmänna och specifika topiker i de studerade filmerna. Snarare kommer topikbegreppet att fungera som ett sätt att analysera argumentationen och formmässiga aspekter i den enskilda filmen och att spåra vilka teman, argumentationsmönster och audiovisuella grepp som återkommer över tid.

### Urbana topiker

För att konkretisera det sätt på vilket topiktermen kommer att användas kan några återkommande teman, formella grepp och narrativa strategier från den tidigare forskningen om såväl kortare stadsfilmer som 1920-talets storstadssymfonier lyftas fram. Dessa kan förstås som ett slags urbana topiker i skildringen av den moderna (stor-)staden och förekommer inom ett vidare spektrum av såväl visuella som litterära stadsrepresentationer och kommer att fungera som en jämförelsepunkt för de filmer som ana-

lyseras.<sup>36</sup> En sådan topik skulle kunna vara spelet mellan offentliga och privata rum.<sup>37</sup> En annan att använda en viss gata eller en promenad som en narrativt strukturerande princip.<sup>38</sup> Även det inom storstadssymfonin vanliga greppet att använda olika typer av kontraster eller motsattpar kan ses som en form av topik, tillhörande de allmänna topikgrupperna jämförelse- eller motsatstopiker.<sup>39</sup> En annan topik som återkommer i många kortare stadsfilmer, och som till exempel Bengtsson lyfter fram i sin diskussion om det han kallar regionfilm, är den som har med tid att göra, det vill säga stadens historia och framtida utveckling.<sup>40</sup> Utöver dessa är tre topiker särskilt framträdande och relevanta för avhandlingens analys: ”En dag i staden”, ”Att anlända till staden” och panoramat eller vyn över staden.

Strukturen ”En dag i staden”, där staden skildras från tidig morgon till sen kväll, framstår som en av stadsfilmgenrens mest framträdande och kan ses som en temporal topik. Detta är den strukturerande principen för Walter Ruttmanns Berlin-film, där staden skildras under ett dygn: från den tidiga morgonens uppvaknande stad, folktomma gator innan arbetsdagen tar sin början, till den sena kvällens nöjesaktiviteter. Strukturen är så pass vanlig inom storstadssymfonigenren att den även kallats *The day in the life of a city-cycle*.<sup>41</sup> Med stöd i Georg Simmels klassiska påpekande att storstaden behöver en övergripande temporal struktur, ett överindividuellt tidsschema, för att inte kaos ska utbryta, kan denna återkommande struktur ses både som ett sätt att understryka den centrala position som temporalitet har i den moderna storstaden, och som ett sätt att skapa en helhet av och strukturera den fragmentariska och kaotiska urbana upplevelsen.<sup>42</sup> Strukturen att skildra en stad under ett dygn kan också ses som en tacksam modell för att fånga de temporala och rumsliga rytmer, den skiftande koncentrationen av människor och aktiviteter på olika platser i staden under dygnets lopp, som Lefebvre menar är en central aspekt av storstaden.<sup>43</sup>

När det gäller greppet ”Att anlända till staden”, kan detta ses som en rumslig topik. I sin diskussion om Svenska Bios stadsfilmer lyfter Snickars fram hur många av filmerna inleds med att tåg anländer till stadens järnvägsstation som ett sätt att iscensätta ett besök i staden, där namnet på stationsbyggnaden gav åskådaren upplysning om var filmen utspelade sig.<sup>44</sup> Denna spatiala och narrativa struktur återkommer även i Ruttmanns Berlin-film, som inleds med en resa från Berlins omkringliggande landsbygd in mot staden, och i flera andra storstadssymfonier.<sup>45</sup> Resan från landsbygden in mot staden syns även i Carol Reeds musikalfilm *Oliver!* (1968) baserad på Dickens roman, som Brunsdon lyfter fram som ett

exempel på att storstaden och dess narrativa grepp är framträdande även inom populärare genrer.<sup>46</sup>

När det gäller panoramat eller vyn över staden framträder det som ett återkommande grepp inom såväl den kanoniserade skönlitterära stadslitteraturen från slutet av 1800- och början av 1900-talet, som inom ett bredare utbud av visuella medier under samma period från panoramamålningar, vykort, stereobilder och tidiga stadsfilmer.<sup>47</sup> Fler forskare och teoretiker har pekat på panoramats eller vynes ideologiska funktioner i att skapa en illusion av överskådlighet och möjlighet att läsa och kontrollera stadens mångfald.<sup>48</sup> Snickars lyfter också fram vyn som ett återkommande drag i Svenska Bios stadsfilmer, där kameran placerades på någon av stadens eller ortens naturliga utsiktspunkter.<sup>49</sup> Han pekar också på hur den här typen av vyer byggde vidare på en tradition i äldre visuella medier, och på att det ofta var liknande vyer, utsikten från samma naturliga punkter i landskapet, som sedan kom att reproduceras i det tidiga 1900-talets geografiska filmer.<sup>50</sup>

### Indexikalitet och modus

En stor andel av de dokumentärfilmer som producerades fram till åtminstone mitten av 1960-talet kan ses som en form av beställningsfilmer, producerade på uppdrag av statliga och/eller privata aktörer. Samtidigt rymmer begreppet beställningsfilm, som tidigare påpekats, ett brett spektrum av filmer: från enkla filmer producerade för internt bruk till mer påkostade och prestigefyllda filmer för externa målgrupper och som i vissa fall inkluderats i dokumentärfilmens kanon och historieskrivning. En utgångspunkt i den här avhandlingen är att även de mer påkostade filmerna kan och bör analyseras som beställningsfilmer, där filmernas form och uttryck förstås i relation till filmernas syften, målgrupper och visningskontexter.<sup>51</sup> Samtidigt kan också de etablerade begreppen från teoribildningen kring den dokumentära filmen, så som den vuxit fram sedan slutet av 1980-talet, fungera som ett sätt att närma sig dessa filmer. Här utgör Bill Nichols arbeten och de begrepp han utvecklat för att kategorisera och analysera dokumentärfilmer en standardreferens och kommer att fungera som en referenspunkt i avhandlingens filmanalyser.

Ett centralt begrepp är den fotografiska bildens indexikalitet, som utgör en omistlig del av dokumentärfilmens sanningsanspråk. För Nichols utgör filmbildens indexikalitet, tillsammans med poetisk/modernistisk fragmentisering, narrativt berättande och retorisk adressering, centrala element för dokumentärfilmens etablering under 1920- och 1930-talen.<sup>52</sup> Begreppet

indexikalitet kan härledas till den amerikanske filosofen Charles Sanders Peirces semiotiska modell, där ett indexikalt tecken står i ett fysiskt eller kausalt förhållande till det betecknade.<sup>53</sup> Peirces klassiska exempel är röken som ett tecken på att det brinner någonstans.<sup>54</sup> För filmteorin betecknar indexikaliteten filmbildens och den analoga filmremsans rent kausala samband med det som fanns framför kameran. Med den digitala teknikens genombrott förändras denna indexikalitet, vilket har gett upphov till en intensiv debatt om filmmediets specificitet och ontologi, en diskussion som jag återkommer till nedan.

En framträdande och inflytelserik del av Nichols arbeten är den modell över dokumentärfilmers olika modus han tidigt lanserade för att analysera dokumentärfilmers formella uppbyggnad.<sup>55</sup> Nichols taxonomi har haft stort inflytande inom filmvetenskapen men har också fått kritik. Framför allt har den kritiserats för dess rigiditet och allomfattande anspråk och för att ge sken av en teleologisk utveckling, där de olika modusen följt på varandra i riktning mot allt mer förfinade dokumentära former.<sup>56</sup> I avhandlingen kommer Nichols modell inte att användas för att placera in de studerade filmerna i en historisk utvecklingskedja. Snarare används den som referenspunkt för analysen av avhandlingens audiovisuella material och dess formmässiga uttryck. I senaste upplagan av sin bok *Introduction to documentary* (2017) listar Nichols sju olika modus: ett poetiskt, ett expositoriskt, ett observerande, ett deltagande, ett reflexivt, ett performativt och ett interaktivt.<sup>57</sup> Av störst vikt för föreliggande avhandling är det expositoriska moduset som är tätt förknippat med den klassiska dokumentärfilmerna i Griersons efterföljd. Moduset karaktäriseras av en allvetande, nästan alltid manlig, speakerröst, som direkt adresserar åskådaren och styr hur denne ska tolka bildmaterialet. Genom att speakerrösten i många fall inte kan kopplas till en faktisk fysisk person som syns i bild har den ofta refererats till som *The voice of God*, och genom att tala från denna extradiegetiska position understryks dess allvetande sanningsanspråk.<sup>58</sup> Det expositoriska moduset kännetecknas också av att speakerrösten har ett överordnat förhållande till bildmaterialet, där detta främst fungerar som en illustration till speakerröstens retoriska framställning, och av att filmens kontinuitet främst styrs av speakerröstens argumentation snarare än av att utifrån bildmaterialet skapa en tidsrumslig kontinuitet.<sup>59</sup> Det expositoriska moduset kännetecknas också av det Nichols kallar *The discourse of sobriety*, en saklighetens diskurs som dokumentärfilmerna enligt Nichols delar med andra typer av förment sakligt orienterade utsagor inom vetenskap, politik och myndighetsutövning.<sup>60</sup>

Av övriga modus bör för föreliggande studie framför allt det poetiska



och observerande nämnas.<sup>61</sup> Det poetiska moduset, som fick ett tidigt uttryck i 1920-talets storstadssymfonier, kännetecknas av en betoning av visuella och audiella associationer, mönster och rytmer, på bekostnad av tidsrumslig kontinuitet. Det observerande moduset brukar ses som en reaktion mot det expositoriska modusets styrning av filmade händelser och åskådarens tolkningar och växte fram runt 1960 i Nordamerika och Västeuropa, då enklare och billigare utrustning möjliggjorde en annan typ av filmskapande *on-location*. Här undviks iscensättningar, direkta intervjuer, pålagd musik och speakerröst. I stället är distansering och just observerande framträdande ideal, där filmskaparen undviker interaktion med filmade situationer och personer.

Ett annat sätt att analysera de studerade filmernas formella uppbyggnad och deras förhållande till ett faktiskt stadsrum, och som har likheter med Nichols indelning, är begreppsparat *show* och *tell*, att visa upp respektive berätta. Visar filmen framför allt upp någonting visuellt, där åskådaren i hög grad själv tillåts tolka bildmaterialet, eller styr filmen åskådarens tolkningar av bildmaterialet för att skapa en större narrativ och argumenterande helhet?<sup>62</sup> Begreppen betonar skillnaden mellan de äldre aktualitetsfilmer, som Griersons klassiska definition ska förstås i relation till, och den senare dokumentärfilmen där filmmaterialet sätts samman till en större narrativ, dramatiserad och retorisk helhet. Den äldre uppvisande aktualitetsfilmen som Grierson positionerade sig emot kan också relateras till det Tom Gunning har kallat vyns estetik.<sup>63</sup> Enligt Gunning är denna estetik själva urformen för den tidiga icke-fiktiva filmen, som strukturerades runt att presentera något visuellt och fånga en blick eller en utsiktspunkt från en viss plats. Om denna vyns estetik var mer fokuserad på den enskilda tagningen, så förlorade varje tagning i den griersonska dokumentärfilmen, enligt Gunning, mycket av sin självständighet för att i stället bli en del av en mer övergripande argumentation.

Ett annat begrepp, slutligen, som är centralt hos Nichols är det han kallar dokumentärfilmens röst (*voice*). I en tidig text beskrev han denna röst som:

... something narrower than style: that which conveys to us a sense of a text's social point of view, of how it is speaking to us and how it is organizing the material it is presenting to us. In this sense, voice is not restricted to any one code or feature, such as dialogue or spoken commentary. Voice is perhaps akin to that intangible, moirélike pattern formed by the unique interaction of all a film's code, and it applies to all modes of documentary.<sup>64</sup>

Begreppet ska således förstås som det sätt på vilket filmen talar om den skildrade verkligheten och den sociala position som filmen talar ifrån. Det ska också förstås som något bredare än den speakerröst som är en central del av många expositoriska dokumentärfilmer och i stället som en kombination av filmens alla olika audiovisuella element och stilistiska grepp och uttryckssätt.

### Film och nya medier

Den digitala utvecklingen har under de senaste decennierna lett till en intensiv debatt inom filmvetenskapen om den nya teknikens konsekvenser för produktionen, cirkulationen och konsumtionen av rörliga bilder, diskussioner som i hög grad kommit att föras under paraplybegreppet *post-cinema*.<sup>65</sup> Två aspekter med kopplingar till filmmediets specificitet och ontologi brukar lyftas fram. För det första hur den digitala teknikens intåg innebär en förändring av filmmediets indexikalitet. För det andra hur biografen förlorar sin privilegierade position som mediets själva essens när rörliga bilder kan konsumeras på ett allt bredare spektrum av plattformar. Samtidigt har denna typ av ontologiska frågor och temporaliseringar kritiserats. Inom forskningen kring beställningsfilm och *useful cinema* har ett centralt argument varit att det audiovisuella medielandskapet under hela 1900-talet kännetecknats av en heterogenitet där filmmediet använts med olika syften och i samspel med andra mediala tekniker i ett brett spektrum av kontexter vid sidan om biografen.<sup>66</sup>

I den här avhandlingen, och i synnerhet i kapitel 8 och 9, kommer jag att ta avstamp i Lev Manovichs arbeten om det han kallar *New media*, nya medier. I boken *The language of new media* lyfter Manovich fram ett antal centrala karaktäristiska och sammanhängande egenskaper för nya (digitala) medier.<sup>67</sup> En första aspekt handlar om det faktum att alla nya medieobjekt konstrueras av matematisk kod och att de därigenom med lätthet kan manipuleras algoritmiskt.<sup>68</sup> En andra aspekt handlar om digitala medieobjekts modulära karaktär. Ett digitalt medieobjekt kan sättas samman av flera självständiga separata delar som kan manipuleras, bytas ut och tas bort var för sig utan att påverka den större helheten. En tredje aspekt som följer av de tidigare är medieobjektens variabilitet: ett objekt har inte en för alltid given form, utan kan ständigt varieras och skapas i nya versioner.<sup>69</sup> Här lyfter Manovich också fram betydelsen av databasen utifrån vilken nya medieobjekt kan sättas samman och kompletteras. Möjligheten att med lätthet producera skraddarsydda och individuellt anpassade versioner av ett medieobjekt kan enligt Manovich också ses som

korresponderande mot centrala drag inom den postindustriella/postfordistiska ekonomin.<sup>70</sup>

### Styrning och välfärdsstat

I avhandlingen kommer det studerade materialet att relateras till den kommunala politiken och dess utveckling under den studerade perioden och en av de frågor som undersöks är på vilket sätt de studerade filmerna kan förstås som medel i styrningen av staden och dess invånare. Begreppet styrning kan härledas till Foucaults senare arbeten och ses i föreliggande studie som tätt kopplat till den svenska välfärdsstatens framväxt och omvandling. Foucaults teorier om styrning är fragmentariska och utvecklades framför allt inom ramen för föreläsningarna på Collège de France under slutet av 1970- och början av 1980-talet.<sup>71</sup> Styrning, i Foucaults mening, beskrivs ofta som ett slags *conduct of conduct*, det vill säga som den breda uppsättning tekniker som tas i bruk för att styra andras beteende och handlingsutrymme.<sup>72</sup> Denna form av styrning ska förstås som en specifik styrningsform kopplad till den moderna epok som växte fram i väst under 1700-talet och är tätt sammankopplad med etablerandet av det Foucault kallat biomakt eller biopolitik inom den liberala staten och de under 1900-talet framväxande välfärdsstaterna. Medan den disciplinära makten, som Foucault ägnat sig åt i tidigare arbeten, framför allt riktade in sig på enskilda kroppar, så riktar den biopolitiska styrningen in sig på befolkningen som helhet, med vetenskap, statistik och olika former av expertis som centrala komponenter. Samtidigt ersätter inte biopolitiken varken en disciplinär eller en tidigare suverän maktutövning fullt ut, utan varje period har ofta element av de olika styrningsformerna i varierande konstellationer.<sup>73</sup>

Den moderna formen av styrning växte fram ur det Foucault kallar pastoral makt.<sup>74</sup> Med detta begrepp argumenterade Foucault för att den moderna västerländska staten hade integrerat en äldre form av kristen maktteknik och maktförhållande, som kan förstås som det mellan herden och hans flock med får. Men där den äldre pastorala makten erbjöd frälsning i nästa värld var den moderna staten tvungen att erbjuda frälsning i denna värld, och då får frälsningen nya betydelser kopplade till hälsa, utbildning, välmående, skälig levnadsstandard och goda bostadsförhållanden. Precis som den kristna kyrkan konstituerades av en samling tekniker, procedurer och institutioner där makten spreds från kyrkan ut i samhällskroppen utövas den moderna formen av pastoral makt genom en mångfald av officiella institutioner, med en allt större kunskapspro-

duktion rörande å ena sidan befolkningen som helhet och å andra sidan den enskilda individen.

Som diskuterades i föregående kapitel förstås de omvandlingar som välfärdsstaten genomgått under den studerade perioden i avhandlingen som en övergång från en fordistisk till en postfordistisk stad och som en förskjutning av stadens styrning från social ingenjörskonst till liberal stadsstyrning. Övergången är också tätt sammanbunden med en större omvandling av välfärdsstaten och de nyliberala – eller det Nikolas Rose kallar avancerat liberala – förändringar den genomgick under slutet av 1900-talet, med accelererande avregleringar och marknadsanpassning av den offentliga sektorn.<sup>75</sup> Här får individen en ny central roll, som ansvarig för sina egna val och för att styra det egna livet. Om välfärdsstaten syftade till att styra *genom* samhället styr det avancerat liberala samhället snarare genom regleringar av individens val. I avhandlingen undersöks hur de studerade filmerna, deras syften, målgrupper och de sätt på vilka Göteborg representeras, kan förstås i relation till de här skisserade processerna och den kommunala politikens styrning av staden och dess invånare.

### Bilden av staden: Stadsidentitet, rum och plats

I avhandlingen analyseras det jag kallar ”bilden av Göteborg” och hur den konstruerats genom de studerade filmerna och förändrats över tid. Formuleringen har likheter med det som kan kallas stadens självbild. Denna term är till exempel utgångspunkt för Kåring Wagners studie om kommunal reklam och information i Stockholm, där hon definierar stadens självbild som: ”de beskrivningar av sig själv som kommunen själv på ett medvetet sätt velat förmedla”.<sup>76</sup> Hon understryker dock att det är de självbildskapande praktikerna hon studerar och att termen alltså inte används för att visa kommunens uppfattning om sig själv, utan de sätt på vilka den på ett medvetet sätt presenterade sig mot olika målgrupper med hjälp av reklam, information och propaganda. Just för att betona att jag inte studerar hur kommunen uppfattar sig själv kommer dock termen bilden av staden snarare än ordet självbild att användas. Ordet har också valts bort för att poängtera att kommunen inte varit den enda inblandade aktören i filmernas tillkomst. Även om kommunala organ varit med och finansierat och/eller beställt de studerade filmerna, kunnat lämna synpunkter på föreslagna manus och godkänt dem som officiella stadsporträtt, har flera andra aktörer på lokal och nationell nivå varit inblandade i filmernas produktion och påverkat hur bilden av staden konstruerats.

Bilden av staden kan ses som en del av hur både stadens identitet och sociala rum konstrueras, där vissa platser och stadsdelar lyfts fram och tillskrivs mening vid en viss tidpunkt och andra utelämnas. De bilder av staden som konstrueras genom de studerade filmerna kan således ses som en del av ett intrikat samspel mellan rum, plats, audiovisuella representationer och konstruktionen av lokal identitet. Begreppet identitet har under de senaste decennierna debatterats flitigt inom den humanistiska och samhällsvetenskapliga forskningen.<sup>77</sup> Utifrån en konstruktivistisk syn på identitet är detta inte någon stabil enhet som staden har, utan något som hela tiden konstrueras. I en ofta refererad text argumenterar kulturteoretikern Stuart Hall just för att identitet är något som skapas genom representationer och diskurser och inte utanför dem:

Precisely because identities are constructed within, not outside discourse, we need to understand them as produced in specific historical and institutional sites within specific discursive formations and practices, by specific enunciative strategies. Moreover, they emerge within the play of specific modalities of power, and thus are more the product of the making of difference and exclusion, than they are the sign of an identical, naturally-constituted unity – an "identity" in its traditional meaning (that is, an all-inclusive sameness, seamless, without internal differentiation).<sup>78</sup>

En stads identitet skapas således alltid i specifika institutionella och historiska sammanhang och är kopplad till kulturella och ideologiska föreställningar och syften. Genom officiellt producerade utsagor om en stad utövas makt över synen på den, där vissa delar och företeelser lyfts fram på bekostnad av andra. Begreppet stadsidentitet kan liknas vid de nationella identiteter som Benedict Anderson i sin klassiska studie refererade till som "föreställda gemenskaper".<sup>79</sup> En central del av Andersons argument är dock skillnaden mellan *imagined* och *imaginary*: nationella identiteter är konstruerade, men däremot inte imaginära eller falska. Snarare bör de förstås som politiska konstruktioner som både är juridiska och affektiva. Ett grundläggande argument i Andersons bidrag var att visa på de tryckta mediernas avgörande roll i skapandet av moderna nationella identiteter, genom vilka en känsla av nationell gemenskap kunde skapas hos människor som aldrig skulle kunna träffa alla andra personer inom denna gemenskap. I sin studie av bolaget Dansk kulturfilm diskuterar Thomson Andersons teorier.<sup>80</sup> Här lyfter hon särskilt fram Andersons diskussion om 1800-talets realistiska roman och dess mediespecifika kvaliteter i att konstruera en tidsrumslig uppfattning av ett gemensamt nu

som ett viktigt sätt genom vilket nationella identiteter skapades.<sup>81</sup> På liknande sätt menar Thomson, i linje med bland annat Elsaesser, att konstruktionen av nationella identiteter genom audiovisuella medier måste analyseras med fokus på filmmediets specifika kvaliteter och dess grundläggande formella beståndsdelar.

Ett begreppspar som både Thomson och även Nikolas Glover använder i sina analyser av konstruktionen av dansk respektive svensk nationell identitet är *autostereotyper* och *xenostereotyper*, som ska förstås som bilder och diskurser om en social grupp som genererats och cirkulerats inom respektive utanför den grupp de representerar.<sup>82</sup> Begreppen har diskuterats mest utförligt i en skandinavisk kontext av Kazimierz Musiał och ska inte förstås som stabila, med vattentäta skott mellan.<sup>83</sup> I stället är poängen just hur de hela tiden influerar och påverkar varandra.

Dessa diskussioner om konstruktionen av nationell identitet kan användas som utgångspunkt för att studera hur lokala stadsidentiteter konstrueras, där de filmer som studeras i avhandlingen utgör ett element. I avhandlingen diskuteras inte någon göteborgsk stadsidentitet i vidare bemärkelse, hur stadens invånare eller personer i andra delar av Sverige eller omvärlden uppfattar staden och vilka egenskaper de tillskriver den. I stället studeras hur bilden av Göteborg över tid konstruerats i officiella representationer med anspråk på att uttrycka vad staden är. Med utgångspunkt i diskussionerna om nationell identitet är en viktig poäng med avhandlingen att undersöka hur bilden av Göteborg konstrueras i samspel med och i relation till den nationella nivån, både när de studerade filmerna riktar sig mot stadens invånare och mot målgrupper utanför staden, i Sverige och internationellt, och hur detta kan förstås med hänsyn till de över tid föränderliga relationerna mellan den statliga och kommunala nivån i svensk politik.

I konstruktionen av nationella och lokala identiteter spelar historien en central roll i försöken att skapa en känsla av ett gemensamt förflutet. I avhandlingens analyser undersöks också hur stadens historia används i konstruktionen av bilden av staden. I en diskussion om svensk nationalism kring sekelskiftet 1900 betonar Samuel Edquist utifrån Andersons teorier hur viktig framväxten av den linjära och evolutionistiska historiesynen under 1700- och 1800-talen var för det moderna nationstänkandet där "tron på bandet mellan det förflutna och nuet" spelade en central roll.<sup>84</sup> I avhandlingens analyser kommer jag bland annat att använda begreppet historiebrik för att analysera det sätt på vilket stadens historia tagits i bruk vid olika tidpunkter. Här ska historiebriken förstås som en aktivitet där vissa delar av det förflutna sätts i spel och ges mening för att

vid en given tidpunkt skapa en viss relation mellan det förflutna, nutiden och framtiden.<sup>85</sup>

En viktig ingång i analysen är också att koppla samman begreppen identitet, rum och plats och analysera hur bilden av staden, så som den konstrueras genom det audiovisuella materialet, knyts till den byggda miljön och vissa platser i staden, och hur vissa platser, stadsdelar eller verksamheter återkommer vid flera tidpunkter. Därigenom tillskrivs vissa platser och praktiker en viss mening som särskilt göteborgska och betydelsefulla, medan andra platser eller stadsdelar eller praktiker inte syns eller tillskrivs mening. Här är det viktigt att understryka att staden och dess byggda miljö i sig inte är något på förhand givet, utan beroende av de egenskaper de tillskrivs i utsagor och representationer.

En standardreferens i många arbeten om *The cinematic city* och mer allmänt inom den så kallade rumsliga vändningen inom human- och samhällsvetenskaperna, är den franske filosofen Henri Lefebvres teoretiska arbeten och i synnerhet boken *The production of space*.<sup>86</sup> I boken går Lefebvre i polemik mot att betrakta rummet som en tom och neutral behållare där det sociala livet utspelar sig. Han vänder sig också mot enkla uppdelningar mellan ett fysiskt och ett mentalt rum. I stället lyfter han fram rummets ideologiska dimensioner, att det både konstituerar och konstitueras av samhällets sociala relationer i ett ständigt pågående växelspel. Representationer av den urbana miljön återger inte bara de rum och platser de gestaltar, de är också med och skapar detta rum. I ett försök att gå bortom dikotomin mellan ett mentalt och ett fysiskt rum, utvecklade Lefebvre en spatial triad bestående av tre dimensioner.<sup>87</sup> För det första, rumsliga praktiker, det faktiska fysiska rummet och vardagliga praktiker i det, en direkt varsebliven rumslighet. För det andra, rummets representationer, som ska förstås som en begreppsliggjord rumslighet, den typ av tänkta rum som skapas av ingenjörer, planerare och militära strateger, som används för att forma och kontrollera miljöer. För det tredje slutligen, representationernas rum eller det representationella rummet, den sociala och levda erfarenheten av ett visst rum och personliga eller kollektiva minnen, berättelser, drömmar och myter kopplade till detta rum.

Lefebvre använder sig inte av begreppet plats, utan skriver mer allmänt om rummets produktion och om det han kallar det sociala rummet som ska förstås som ett kondensat av den rumsliga triadens tre delar. I en läsning av Lefebvre diskuterar Franzén det han kallar platsens konstituering.<sup>88</sup> Enligt Franzén kan begreppet plats förstås som ”rum plus mening” och som ett specialfall av det sociala rummet i Lefebvres mening: ”när det sociala rummet kan benämnas genom ett namn har vi med en plats

att göra”.<sup>89</sup> Enligt Franzén konstitueras platser genom en dynamik mellan triadens tre delar, men aldrig på ett enkelt eller på förhand givet sätt. Stadens byggda miljö är som regel planerad och som sådan uttänkt på förhand. Genom stadsplanering och andra medel har kommunen, fastighetsägare och andra aktörer makt att kontrollera och diktera rummets utformning och hur det ska användas. Samtidigt kan dessa aktörer aldrig helt förutse hur den planerade miljön skall komma att tas i bruk eller vilken mening den tillskrivs av de som använder den.

I sin läsning av Lefebvres triad betonar Franzén särskilt skillnaden mellan praktiker i ett faktiskt rum och representationer av detta rum och mellan erfarenheter och visioner. Till skillnad från rummets representationer är både de rumsliga praktikerna och representationernas rum erfarenhetsbaserade, kopplade till en viss kropp i ett visst rum. Rummets representationer är i stället kopplade till förväntan, visioner om ett framtida rum och ett slags påbud hur det ska användas. Representationernas rum eller det levda rummet, som Lefebvre också kallar det, är kopplade till erfarenheter i ett faktiskt rum. Men genom bilder, berättelser, fantasier och personliga och kollektiva minnen har det levda rummet trots allt också imaginära kvaliteter. Hur Lefebvres begrepp och rumsliga triad ska förstås i relation till de filmer som analyseras är inte givet på förhand, innan de appliceras i de konkreta analytiska kontexterna. Det kan tänkas att de framför allt bör förstås som rumsliga representationer, som en form av imperativ om hur staden ska förstås och användas. Samtidigt är de beroende av, bygger vidare på och förstärker såväl de rumsliga praktikerna i det faktiska stadsrummet som det representationella rummets erfarenheter.

Det bör understrykas att Lefebvre sällan skriver om film och audiovisuella representationer. I stället argumenterade han för att (rörliga) bilder tillhör ett ”komprometterat medium” och kan ses som ett slags rumsliga fragment, som säger väldigt lite om rummets sociala relationer och de processer som skapat det.<sup>90</sup> I stället skapar de en illusion av transparens och läsbarhet, där det visuella privilegieras över andra sinnesintryck och bidrar till en abstraktion av levda urbana miljöer. I sin läsning av Lefebvres arbeten vänder sig Roberts mot enkla uppdelningar mellan audiovisuella representationer av en stad och ett faktiskt stadsrum och avfärdar den ontologiska uppdelningen mellan staden på filmduken (*the reel city*) och den fysiska staden (*the real city*) som ibland har gjorts inom forskningsfältet kring *The cinematic city*.<sup>91</sup> I stället argumenterar Roberts för att dessa hela tiden står i ett ömsesidigt och komplext förhållande till varandra. Den byggda miljön ges mening både genom faktiska erfarenheter



av denna miljö och genom det sätt på vilket den representeras i till exempel audiovisuella representationer. Här vill jag i linje med Roberts argumentera för att analysera filmmaterial om en viss stad från ett rumsligt perspektiv: hur stadens topografi, arkitektur och transportmedel ger upphov till vissa återkommande vyer och sätt att röra sig genom stadsrummet och därigenom till vissa specifika audiovisuella tekniker (panoreringar, tagningar från transportmedel i rörelse etc.) och hur de sociala aktörer som förekommer i materialet använder de rum och platser som skildras i filmen.<sup>22</sup> I analysen av de behandlade filmerna och det sätt på vilket bilden av staden konstrueras kommer jag att betona materialets spatiala kvaliteter, hur staden konstrueras rumsligt med hjälp av audiovisuella tekniker och den rumsliga relationen mellan olika tagningar. Här ligger ett särskilt fokus på hur stadens naturliga topografi utnyttjas och på de platser och rumsliga praktiker som lyfts fram och återkommer i flera filmer, samt på det sätt på vilket bilden av staden knyts till dessa platser och praktiker. Och, tvärtom, att visa vilka platser, områden och praktiker som inte lyfts fram vid olika tillfällen.

★

Utifrån avhandlingens syfte att kartlägga och analysera kommunal stadsfilm i Göteborg under perioden 1938–2015 i relation till stadens sociala och politiska förändringsprocesser har jag i det här kapitlet diskuterat avhandlingens metodologiska angreppssätt. Ett antal teoretiska begrepp som kommer att operationaliseras i avhandlingens analyser har också presenterats. I nästa kapitel ges en historisk bakgrund till beställningsfilmens och den kommunala stadsfilmen utveckling i Sverige och därefter följer avhandlingens sex empiriska kapitel.

### 3. Historisk bakgrund och tidigare forskning

I det här kapitlet kommer jag att ge en historisk bakgrund till beställningsfilmens utveckling i Sverige, framför allt med avstamp i den tidigare forskning som berördes i kapitel 1. Därefter gör jag några nedslag i stadsfilmsgenrens historiska utveckling i Sverige. Syftet med dessa genomgångar är att visa på några övergripande drag av den filmhistoriska kontext de studerade filmerna kommer att analyseras i relation till. När det gäller forskningen om stadsfilm är den fragmentarisk och jag kommer att lyfta fram studier både från filmvetenskapen och från angränsande discipliner med syfte att visa på såväl stadsfilmsgenrens historiska rötter som den spännvidd av filmer den innefattar. Trots att avhandlingens undersökta tidsperiod tar sin början 1938 finns det anledning att först stanna upp i den stora jubileumsutställning som anordnades i Göteborg 1923 och som utgör en viktig referenspunkt för Göteborgs fortsatta utveckling under 1900-talet.

#### Göteborgsutställningen 1923

Jubileumsutställningen i Göteborg var ursprungligen planerad till 1921 för att fira stadens 300-årsjubileum, men blev två år försenad på grund av det allttjämt osäkra ekonomiska läget efter första världskriget.<sup>1</sup> Utställningen brukar lyftas fram som den tidpunkt som definitivt markerade stadens övergång från handelsstad till modern industristad<sup>2</sup> och under planeringen för stadens 400-årsjubileum 2021, pekades utställningen 1923 återkommande ut som en förebild.<sup>3</sup> Jubileumsutställningen kom också att få en avgörande betydelse för den centrala stadens utformning och flera platser och institutioner uppfördes som skulle komma att spela en central roll i stadens självrepresentation under det fortsatta 1900-talet. Genom

att förlägga huvuddelen av utställningen till området bakom nuvarande Götaplatsen kunde till exempel den segdragna diskussionen om utformningen av Kungssportsavenyns avslutning få en slutgiltig lösning. Inför utställningen uppfördes bland annat konstmuseet och konsthallen i monumental stil, medan byggandet av stadsteatern och konserthuset sköts upp till efter jubileet. Även det nya nöjesfältet Liseberg ingick som en viktig del av utställningen.

Det bör påpekas att jubileumsutställningen inte var någon egentlig världsutställning, någon sådan har aldrig anordnats i Sverige eller i de andra nordiska länderna. Utställningen var dock den dittills största i landet och även internationellt var det den största utställningen efter första världskriget och den väckte därför uppmärksamhet såväl runt om i Sverige som utomlands. Finansiellt var den ett bakslag för stadens ekonomi, men redan tio år efter utställningen färgades tillbakablickarna av ett nostalgiskt skimmer och i *Göteborgs Morgonpost* beskrevs hur den skulle komma att bevaras som "ett historiskt märkesår" i göteborgarnas minne.<sup>4</sup> Utställningarna runt om i Europa och Nordamerika utgjorde centrala element för att befästa de olika ländernas nationella särart, men hade också en symboliskt viktig betydelse i städernas moderniseringsprocess, inte sällan med ett betydande avtryck i stadslandskapet.<sup>5</sup>

Inom den film- och mediehistoriska forskningen brukar de stora världsutställningarna och de nationella utställningarna under 1800- och det tidiga 1900-talet ofta lyftas fram som emblematiska för moderniteten och som en central del av den visuella kultur inom vilken filmmediet växte fram. Här utgör Stockholmsutställningen 1897 det mest framträdande svenska exemplet. Utställningen brukar anföras som den plats där filmmediet fick sitt mediala genombrott i Sverige, även om film redan visats på Nordiska industri- och slöjdutställningen i Malmö året innan.<sup>6</sup> I antologin *1897: Mediehistorier kring Stockholmsutställningen* fungerade utställningen som ett empiriskt prisma för att introducera medicarkeologiska forskningsperspektiv och en kulturhistoriskt orienterad medieforskning i Sverige.<sup>7</sup>

Även under Göteborgsutställningen spelade filmmediet en central roll för att lansera begivenheterna och utställningsområdet medialt.<sup>8</sup> Det då relativt nybildade bolaget Svensk Filmindustri, som kom att få en central position inom det svenska beställningsfilmslandskapet under de följande decennierna, hade ensamrätt till att filma på utställningsområdet.<sup>9</sup> Bolaget filmade bland annat invigningen av utställningen, på vilken kung Gustaf V talade, och kunde med hjälp av flygtransport visa materialet på biograferna i Stockholm redan samma kväll. Bolaget producerade även ett antal



Affisch till *Boman på utställningen* (1923).

journalfilmer till Svenska Bios veckorevy, långfilmsreportaget *Göteborgsutställningen utan och innan*, som delvis bestod av material från journalfilmerna, samt spelfilmen *Boman på utställningen*.<sup>10</sup>

### Beställningsfilm i Sverige: Historik och tidigare forskning

Även om det redan under 1910-talet hade börjat föras diskussioner om filmmediets kulturella, instruktiva och pedagogiska möjligheter framstår 1920-talet som den period då filmmediet på allvar började användas inom industri, skola och undervisning i Sverige.<sup>11</sup> När det gäller produktionen av industri- och beställningsfilm under 1920-talet har Björkin och Snickars analyserat verksamheten inom bolaget Tullberg Film, som var den ledande producenten av detta slags filmer i Sverige under 1920-talet.<sup>12</sup> Här lyfter de fram flera aspekter med bäring för den här studien och pekar särskilt på den pragmatiska dynamik som ofta präglar produktionen och distributionen av industri- och beställningsfilm.<sup>13</sup> De diskuterar bland annat de syften med vilka filmerna producerades. Detta handlade bland annat om att använda filmmaterialet som arkivdokument, som ett sätt att visa upp produktionsprocesser och som reklam för såväl enskilda företag som för Sverige som nation.<sup>14</sup> Bolaget hade också ett utvecklat klassifikationssystem för att precisera de olika syften med vilka filmerna producerades, som visar på den snåriga terminologin för beställningsfilmer. Björkin och Snickars visar också på svårigheten att avgränsa filmer som enskilda verk. Många av bolagets filmer producerades och redigerades om i olika versioner. De producerades i speciella versioner för visning utomlands, vilka inte bara inkluderade nya mellantexter utan även att bildmaterialet redigerades om. Bolaget hade också ett arkiv med filmmaterial från vilket tagningar och scener kunde återanvändas i nya produktioner. Snickars och Björkins studie var tidigt ute och föregriper det sätt som industri- och beställningsfilmen konceptualiserats inom *useful cinema*-fältet. Det är dock tydligt att produktionspraktiken inom Tullberg Film har en påtagligt flyktig karaktär och att dess produktioner kan ses som den typ av *transient objects* som Vonderau menar att många reklam- och beställningsfilmer kan karaktäriseras som.<sup>15</sup>

Flera av de aspekter Björkin och Snickars lyfter fram syns även i Wickmans studie av AMF:s filmverksamhet under mellankrigstiden. I de allra flesta fall var de filmer Wickman studerar anonyma och sällan krediterades manusförfattare, fotografer eller regissörer. Wickman ser detta som ett tecken på att det viktiga var den funktion som filmerna skulle fylla och

konstaterar att: ”filmproducerandet uppfattades mer som ett ingenjörsmässigt sammanfogande än som ett konstnärligt komponerande”.<sup>16</sup> Hon visar också på AMF:s idoga arbete med att skilja undervisningsfilmen från alla andra filmtyper, inklusive mer allmänt hållna bildningsfilmer som också visades inom krigsmakten.<sup>17</sup> Det inkluderade bland annat att undervisningsfilmen skulle visas i andra lokaler än övriga filmer, vilket sades skapa förutsättningar för en annan typ av koncentrerat åskådarskap än i militärbiograferna. Wickman lyfter även fram hur undervisningsfilmerna användes i samspel med andra mediala tekniker, som kartor, lektionsrummets svarta tavla och pekpinnar.<sup>18</sup> Vidare betonar hon att filmerna saknade ljud och lyfter fram lärarens centrala roll under visningarna.<sup>19</sup> Även när det gäller produktionen av filmerna visar Wickman den pragmatiska praktiken där filmer redigerades om och material kontinuerligt återanvändes mellan olika filmer, där AMF:s filmarkiv spelade en viktig roll som ett slags materialbod för produktionen av nya filmer.<sup>20</sup> Det fanns direktiv om att inga filmscener fick spelas in där motsvarande motiv redan fanns i någon av de filmer som bevarats i arkivet.<sup>21</sup>

Vid sidan om Tullberg Film och krigsmaktens filmproduktion var Svensk Filmindustri (SF) den ledande aktören för produktionen och distributionen av beställningsfilm och film för skola och undervisning från 1920-talet och framåt. Bolaget grundades 1919 genom en sammanslagning av de två tidigare bolagen AB Svenska Biografteatern och Filmindustri AB Skandia och bara två år senare inrättade bolaget en särskild skolfilmsavdelning för produktion och distribution av film till landets skolor. Jönsson har pekat på att grundandet av avdelningen måste förstås i relation till en samtida debatt om filmmediets kulturella status och prestige.<sup>22</sup> I detta spelade den av SF utgivna publikationen *Tidskrift för svensk skolfilm och bildningsfilm* en viktig roll i bolagets försök att lyfta fram filmmediets samhällsnytta, kulturhistoriska potential samt bolagets engagemang som en vederhäftig producent och distributör av filmer för bildning och undervisning.<sup>23</sup>

I debatten om filmmediets status framträder chefen för skolfilmsavdelningen, den tidigare filmcensorn Gustaf Berg, som en viktig aktör. Under 1920- och 1930-talen var han en av de främsta förespråkarna för film för kulturella och pedagogiska ändamål i Sverige, inte minst genom en lång rad publikationer med titlar som *Filmen och folkundervisningen* och *Filmen i kulturens tjänst*.<sup>24</sup> Även om det var en skolfilmsavdelning Berg var chef för lade han enligt Jönsson en stark betoning på filmens roll inte bara i skolundervisningen, utan också i det bredare bildningsarbetet – vilket också titeln på bolagets tidskrift visar.<sup>25</sup> För Berg och flera andra debattörer sågs kultivering med hjälp av filmmediet som ett viktigt nationellt



projekt som borde stödjas av staten. Under 1920- och 1930-talen växte skol- och bildningsfilmen fram som ett allt viktigare medel för företag och offentliga aktörer som ville påverka och kultivera de breda folklagren i Sverige, med SF som en central aktör.<sup>26</sup> Enligt Jönsson ska inrättandet av och aktiviteterna inom SF:s skolfilmsavdelning, ses som strategiska åtgärder både i att höja filmmediets status och i att positionera bolaget som den viktigaste aktören inom området och därigenom stärka bolagets band med statliga aktörer inom den framväxande välfärdsstaten.<sup>27</sup> Trots att bolaget var en kommersiell aktör bedrev det ett idogt arbete för att understryka betydelsen av statligt finansierad produktion av olika former av kulturella och bildande filmer, som naturligtvis skulle produceras av bolagets professionella filmarbetare. Jönsson visar även hur det från de stora och etablerade aktörerna inom filmbranschen, så som SF och Tullberg Film, fanns en avog inställning till nya mindre aktörer.<sup>28</sup>

I en studie av SF:s skolfilmsavdelning efter andra världskriget, med särskild utgångspunkt i tidskriften *Svensk skolfilm och bildningsfilm*, som bolagets tidskrift 1943 bytte namn till, identifieras liknande tendenser.<sup>29</sup> Å ena sidan bolagets arbete för att legitimera filmmediets pedagogiska och kulturella potential. Å andra sidan dess kalkylerande, pragmatiska hållning för att positionera det egna bolaget som den ledande aktören i Sverige med nationens och samhällets bästa för ögonen och därigenom vinna marknadsandelar och stordriftsfördelar. Många gånger kunde bolaget få avsättning för sina filmer i flera olika visningskontexter och det privata näringslivet bjöds in för att få sina filmer distribuerade via bolaget.<sup>30</sup> Samtidigt krävdes det en balansgång då bolaget var månt om att visa att de alltid satte filmernas pedagogiska värde och funktion i skolundervisningen i första rummet.<sup>31</sup> Verksamheten kännetecknades således av en begreppslik rörlighet där gränserna mellan termer som skol-, bildnings- och propagandafilm framstår som flytande. Stundtals framstod det som viktigt att särskilja skolfilmen från andra typer av bildande filmer, och stundtals inkluderades ett bredare spektrum av filmer, producerade för olika ändamål och målgrupper, i termen. Verksamheten kännetecknades också av en medial och materiell rörlighet, där filmer redigerades om för att passa olika visningskontexter och filmmaterial av vitt skilda ursprung återanvändes i olika produktioner. Under 1950-talet blev bildband, med eller utan ljud, och skioptikonbilder ett allt mer diskuterat och använt hjälpmedel i skolundervisningen och även dessa kom att börja distribueras via SF:s skolfilmsavdelning, som ett sätt för bolaget att behålla sin marknadsposition genom att kunna erbjuda alla typer av projicerad bild.<sup>32</sup> 1960-talets mediala omvandlingsprocesser, med tv-mediets intåg och ett

minskande antal biobesök, kom att bli början till slutet för skolfilmsavdelningen och bolagets övriga produktion vid sidan om spelfilmen. 1961 inkorporerades skolfilmsavdelningens verksamhet i det nystartade bolaget Informativ Film, som inkluderade ett bredare spektrum av filmer än skol- och bildningsfilmen.<sup>33</sup> Bolaget blev dock kortlivat och i början av 1970-talet, samtidigt som de regionala AV-centralerna för distribution av film till landets skolor inrättades, hade begreppet skolfilm helt försvunnit ur bolagets kataloger över filmer distribuerade på 16mm.<sup>34</sup> Samtidigt som filmmediet nu hade institutionaliserats som ett pedagogiskt hjälpmedel inom den svenska skolan var det svårt för en privat aktör som SF att ha en ledande position inom området. 1960-talets mediala omvandlingsprocesser och inrättandet av Svenska Filminstitutet år 1963 hade också lett till en tydligare uppdelning mellan å ena sidan film visad på biograf och en konstnärligt syftande fri kortfilm och å andra sidan beställningsfilm.

Några ytterligare aspekter av beställningsfilmslandskapet från 1930-talet och framåt bör lyftas fram. När det gäller 1930-talet bidrar Habels avhandling med viktiga perspektiv på decenniets visuella kultur inom ramen för det framväxande svenska välfärdssamhället. Ett kapitel ägnar hon åt Stockholmsutställningen 1930 och dess mediala intertexter i form av till exempel journalfilm, reklamkampanjer och veckopress.<sup>35</sup> Precis som under Göteborgsutställningen 1923 spelade SF en central roll i den mediala lanseringen av Stockholmsutställningen. Inte minst de journalfilmer som bolaget producerade under Stockholmsutställningen var ett viktigt medel för att föra ut utställningen och dess ideologiska idégods till en bredare allmänhet. Precis som Jönsson pekar på i sin mer översiktliga genomgång syns här det täta samarbetet mellan privata och offentliga aktörer i etableringen av den svenska välfärdsstaten och i den mediala lanseringen av dess sociala ideal.

Vid sidan om Stockholmsutställningen intensifierades debatten om filmens kulturella status under 1930-talet, gällande såväl spelfilmen som olika former av kulturell och bildande film.<sup>36</sup> När det gäller SF så hade bolaget en omfattande produktion utöver spelfilm och vid sidan om den tidigare diskuterade skolfilmsavdelningen också avdelningar för journal-, kort- och beställningsfilm. Vid sidan om SF fanns ett flertal andra bolag som ägnade sig åt liknande produktion, som till exempel Kinocentralen och Europafilm.<sup>37</sup>

En viktig kontext för beställningsfilm var biografernas förfilmsprogram. De kommersiella biografernas program under 1930- och åtminstone fram till mitten av 1950-talet bestod vanligtvis utöver huvudfilmen av en veckojournal och en eller två kortare filmer.<sup>38</sup> Att de kortare filmerna ofta



var producerade på beställning av företag, organisationer eller offentliga myndigheter eller organ framgick sällan explicit. I stället kallades de oftast bara för kortfilm eller för ”fyllnadsfilm”, till vilka även journalfilmsinslagen räknades.<sup>39</sup> Regelrätta recensioner av kortfilmsinslagen var ovanliga. Vanligt var dock att de lyftes fram i dagstidningarnas recensioner av huvudfilmen, om än ofta på summariskt vis.<sup>40</sup> Kortfilmerna/beställningsfilmerna i förfilmsprogrammen måste också skiljas från de annonsketcher som föregick filmprogrammen. Medan de senare var korta och på ett tydligt sätt framstod som säljande reklamfilmer var kortfilmerna längre, mellan tio och tjugo minuter, med sina didaktiska eller säljande anslag mer eller mindre tydligt maskerade.<sup>41</sup> När det gäller den synkroniserade ljudfilmens etablering under slutet av 1920- och början av 1930-talet förefaller ljud framför allt ha använts i kort- och beställningsfilmer producerade för visning på biograf. I Wickmans studie av militär undervisningsfilm under mellankrigsperioden är alla de studerade filmerna utan ljud och även inom skolundervisningen fördes långt in på 1950-talet diskussioner om ljudfilmen kontra den stumma filmens fördelar.<sup>42</sup>

Under 1930-talet expanderade också arbetarrörelsens filmverksamhet, något som studerats av Per Vesterlund, Eva Blomberg och Mats Jönsson.<sup>43</sup> Redan i slutet av 1920-talet hade film börjat produceras på beställning av arbetarrörelserna i såväl Sverige som de andra nordiska länderna, i första hand valfilmer.<sup>44</sup> Med inspiration från den brittiska dokumentärfilmrörelsen blev filmmediet under 1930-talet ett allt viktigare medel för propaganda och åsiktsbildning. 1938 grundade en lång rad av arbetarrörelsens aktörer det nationellt täckande bolaget Filmo (Folkrörelsernas filmorganisation)<sup>45</sup> och under kriget skapades en full vertikal integration, där Filmo stod för produktionen och arbetarrörelsens underavdelningar för distributionen till Folkets hus-rörelsen vars filmvisningslokaler fanns över hela landet. Film- och biografverksamhet överfördes 1941 till Sveriges Folkbiografer som något år senare även köpte upp det stora danska produktionsbolaget Nordisk Tonefilm. Under slutet av 1930-talet hade det även funnits seriösa diskussioner om att i samarbete med Kooperativa förbundet försöka köpa upp jätten inom svensk film: Svensk Filmindustri.<sup>46</sup> Det senare pekar på arbetarrörelsens stora ambitioner inom det audiovisuella området under åren före, under och strax efter andra världskriget, och under 1940-talet producerade Filmo även en handfull spelfilmer. Det viktigaste för föreliggande studie är dock Filmos produktion av olika former av propaganda- och upplysningsfilmer, vilken inkluderade valfilmer för det Socialdemokratiska arbetarpartiet (SAP), som tidigare producerats av kommersiella bolag.<sup>47</sup>

I Statens informationsstyrelse (SIS) som grundades i början av andra världskriget framhölls filmmediet som ett viktigt ”informations- och propagandamedel” och i dess filmråd satt bland andra SF:s VD Olof Andersson.<sup>48</sup> Trots att SIS lades ner efter kriget understryker Jönsson att den (audio-)visuella fostringspolitiken som etablerades under krigsåren intensifierades under de följande åren av välfärdsstatens fortsatta uppbyggnad.<sup>49</sup> Kort- och upplysningsfilmen lyftes också fram i flera statliga utredningar under 1940-talet.<sup>50</sup> I skolutredningen från 1940, som presenterades efter andra världskriget, ägnas filmens roll i skolundervisningen ett eget delbetänkande. I utredningen *Social upplysning* från 1949 diskuteras produktionen av film i ”socialupplysningens tjänst” i ett eget kapitel.<sup>51</sup> Norén har även studerat filmverksamheten inom Kommittén för social upplysning (1946–1949) och Kommittén för social upplysningsfilm (1950–1959).<sup>52</sup> Här pekar han bland annat på att den första kommittén betonade den brittiska dokumentära filmrörelsen som ett föredöme.<sup>53</sup> Det fanns också långt gångna planer på att bjuda in Grierson, som då var chef för UNESCO film- och upplysningsverksamhet, men planerna rann ut i sanden när Grierson slutade sin tjänst. Norén betonar också de olika logiker som staten och den kommersiella filmmarknaden opererar inom och kommittéernas svårigheter att hantera dessa. En sådan svårighet handlade om behovet av att popularisera och göra upplysningen underhållande för att kunna konkurrera på filmmarknaden. Ett annat konfliktområde var beroendet av den kommersiella filmmarknadens aktörer för att distribuera film för visning på biograf, då varken staten eller kommunerna ägde biografier. Under andra halvan av 1950-talet etablerades tv-mediet för den breda publiken i Sverige, något som enligt Norén innebar en förskjutning från film till tv i den audiovisuella idédebatten.<sup>54</sup> Kortfilmen påverkades extra hårt i denna förskjutning och försvann till stor del från biografernas förfilmsprogram. Samtidigt fanns det en relativt stor beställningsfilmskultur utanför biograferna. I sina studier om svensk industrifilm under 1950-talet beskriver Björkin ”föreningars, organisationers och företags egna filmvisningar”, som en växande marknad under 1950-talet.<sup>55</sup> Han betonar hur användningen av filmmediet för många företag framstod som ett sätt att vara modern och i takt med tiden.<sup>56</sup> Det var också ett sätt att blidka den tänkta publikens allt mer framträdande audiovisuella vana, där inte sällan berättar- och stilgrepp som publiken kunde tänkas känna igen från sin privata mediekonsumtion användes. Liknande tendenser i att knyta an till en tilltänkt publiks audiovisuella kunnskap har även Vesterlund pekat på i en studie om bostadsbolagets HSB:s filmproduktion, där till exempel kända skåde-

spelare användes i flera av kooperativets filmer från 1950- och 1960-talen.<sup>57</sup>

Även Stjernholm bidrar i sin studie om Gösta Werner med viktiga perspektiv på det svenska beställningsfilmslandskapet under decennierna efter andra världskriget, i synnerhet de bolag som Werner arbetade för under perioden, så som Kinocentralen, SJ:s filmavdelning, SF:s beställningsfilmsavdelning och bolaget Filmkontakt, som grundades 1963 av SF tillsammans med konkurrenten Sandrews. Även om Stjernholms huvudsakliga fokus ligger på förarbetet och produktionssidan kring de olika projekten visar han också hur flera av Werners filmer distribuerades såväl i nätverk vid sidan om biograferna som internationellt. Under 1940-, 1950- och en bit in på 1960-talet hade den mer prestigefulla beställningsfilmen, som många av Werners filmer kan räknas till, en given plats som förfilm på biograf och var ett viktigt gebit även för de stora svenska filmbolagen. Under 1960-talet förändrades dessa förutsättningar och det blev allt svårare att producera beställningsfilmer med mer omfattande budget och att få dessa visade på biograf. Därmed minskade också utrymmet för den mer konstnärligt utformade beställningsfilmen. Detta illustreras tydligt i Werners sista beställningsfilm, den 30 minuter långa *Lund* (1967), producerad på beställning av Lunds stad, som Werner hade stora svårigheter att få någon mer omfattande distribution för.<sup>58</sup>

### Svensk stadsfilm:

#### Historik och tidigare forskning

I det följande kommer några nedslag att göras i stadsfilmgenrens historiska utveckling i Sverige, framför allt med utgångspunkt i den handfull mindre studier som publicerats sedan början av 2000-talet. Utöver de filmer som lyfts fram i denna genomgång har liknande filmporträtt av svenska orter och städer även producerats inom ett bredare spektrum av beställnings- och industrifilmer, ofta initierade på uppdrag av hembygdsföreningar eller det lokala näringslivet.<sup>59</sup>

I sin avhandling *Svensk film och visuell masskultur 1900* diskuterar Snickars en tidig form av stadsfilm i Sverige som kan ses som en historisk föregångare till de filmer som analyseras i den här avhandlingen.<sup>60</sup> Enligt Snickars dök dessa stadsfilmer upp 1907, producerade av bolaget Svenska Bio. I samband med att det utvidgade sin biografmarknad och öppnade biografier i allt fler svenska städer hade bolaget som kommersiell strategi att förära dem ett porträtt i rörliga bilder. Syftet var både att locka den lokala publiken till biograferna och att tillfredsställa ett sug efter att se

den egna staden och kanske även sig själv eller någon bekant på biografduken. Filmerna visades oftast bara på de orter som porträtterades och har alltså likheter med det som benämns som lokal film.

När det gäller olika former av geografiska filmer under de följande decennierna, till vilket det som här benämns som stadsfilm kan räknas, har de lyfts fram i olika filmhistoriska arbeten av Leif Furhammar. Så till exempel i en längre genomgång av den svenska dokumentärfilmshistorien i tidskriften *Filmhäftet* från 1982:

Den andra kategorin, provinsreportaget, var livskraftigare och frodades långt fram i tiden. Under 10-talet förefaller det som om man med jämna mellanrum skickar ut fotografer till olika landsändar för att i långa serier av "naturbilder" beta av landskap efter landskap och stad efter stad. Det rör sig om naturscenerier och odlingspanoramor och om genbilder kring gatuliv, järnvägsstationer, badplatser, skolor och parker. Brandkåren rycker ut, tåget anländer till stationen, ångbåten lämnar bryggan – men i övrigt är det tillstånd, inte händelser, som återges. Man beser byggnader, statyer, minnesmärken. Man tar vyer från lämpliga utsiktspunkter (så småningom med flygmaskiner). Man tar kanske en bild av bygdens äldsta och ett par idyller med lekande barn, ibland också ett porträtt av någon av traktens notabiliteter. I stort sett oberörd av de estetiska landvinningar och berättartekniska grepp som prövades och utvecklades inom fiktionsfilmen bestod den formeln genom åren och avsatte en oöverskådlig mängd kortfilmer om städer och landskap i Sverige, påfallande lika varandra i utformningen från decennium till decennium. Naturligtvis har de – framför allt tillsammans – ett betydande dokumentärt värde i och med att motiven själva förändrats. Ur kinematografisk synvinkel erbjuder de sällan något av större intresse utom i det avseende att de utgör ett jämntjockt rättesnöre för den dokumentära ideologi som genom själva konstlösheten söker skapa illusion av ostyrd verklighet.<sup>61</sup>

Beskrivningen är svepande, något raljant och skriven från ett Stockholmsperspektiv. Filmernas eventuella funktion som beställningsfilmer diskuteras inte, men till Furhammars heder ska sägas att han påpekar sina begränsade kunskaper när det gäller beställningsfilmsfältet.<sup>62</sup> Samtidigt ger beskrivningen en intressant bild av synen på dessa filmer och kan fungera som en ingång till att analysera hur de filmer som studeras i avhandlingen förändras över tid och i relation till stadens engagemang i frågan. Vilka motiv och narrativa grepp (topiker) återkommer i film efter film? Och på vilka sätt förändras motiven och de audiovisuella greppen?

Även om stadsfilmgenren beskrevs som estetiskt fattig av Furhammar, finns det från 1930-talet och framåt exempel på svenska stadsfilmer med

större estetiska ambitioner och en vilja att knyta an till den internationella storstadssymfonigenren. Hit hör till exempel *Gamla stan* (1931), som lyfts fram i den breda inventeringen av storstadssymfonier från mellankrigstiden i antologin *The city symphony phenomenon*.<sup>63</sup> Filmen regisserades av Eyvind Johnson, Artur Lundkvist och Erik Asklund, som alla var framträdande inom det svenska litterära avantgardet under 1930-talet, och filmkritikern Stig Almqvist. Men som Björkin och Snickars påpekar är filmen mer intressant för att den visar det litterära avantgardets intresse för filmmediet än för sitt formmässiga och estetiska uttryck.<sup>64</sup> Ytterligare två exempel på svenska stadsfilmer med bredare konstnärliga ambitioner bör lyftas fram: Arne Sucksdorffs *Människor i stad* från 1946 och Hans Nordenströms och Pontus Hulténs *En dag i staden* från 1956. Sucksdorffs film producerades på beställning av bland annat Stockholms stad, Svenska turisttrafikförbundet och Svenska institutet, är tydligt inspirerad av 1920-talets storstadssymfonier och vann en Oscar för bästa kortfilm 1948.<sup>65</sup> Filmen fick omfattande internationell distribution, med översatta titlar som direkt anspelade på Ruttmanns Berlin-film: *Rhythm of a City* (England), *Le rythme de la ville* (Frankrike) och *Symphony of a City* (USA).<sup>66</sup> Nordenströms och Hulténs kanoniserade experimentfilm driver med själva genren för turistic orienterade stadsfilmer och dess vanligaste narrativa grepp, något som pekar på hur pass etablerad genren var under perioden.<sup>67</sup>

En av få forskare som explicit lyfter fram och diskuterar kommunen som beställare av stadsfilmer är konstvetaren Henrik Widmark. I sin avhandling om stadsidentitet i Helsingborg diskuterar han två filmer som producerades på beställning av kommunen: *Där våg och vägar möts* från 1940 och *Helsingborg* från 1950.<sup>68</sup> Widmark lyfter till exempel fram hur den första filmen tillkom efter det att *Helsingborgs Dagblad* drivit frågan om en ”propagandafilm” för staden, vilket pekar på betydelsen av starka lokala aktörer i produktionen av denna typ av filmer. Liknande tendenser syns i Jönssons studie av filmen *Salabygd* från 1953.<sup>69</sup> Filmen producerades på beställning av Sala sparbank vilket återigen pekar på starka lokala kommersiella aktörers betydelse. Jönsson diskuterar också hur filmen både verkar vara riktad utåt, till målgrupper utanför Sala, och inåt, som ett sätt att stärka den lokala identiteten bland ortens egen befolkning. Precis som Bengtsson i sin diskussion om det han kallar regionfilm pekar Jönsson på hur det i *Salabygd* syns ett försök att skapa en slags syntes mellan Salas kulturarv och den pågående moderniseringsprocessen. Historikern Johan Samuelsson har i två opublicerade texter diskuterat produktionen av kommunal stadsfilm i Eskilstuna från 1930-talet och framåt, och inkluderar även ett bildband producerat på beställning av staden, som har stora

likheter med de övriga filmerna.<sup>70</sup> Han visar bland annat hur teman kring kopplingen mellan staden och dess industri och historia är ett genomgående tema, men betonar att förskjutningar går att se över tid. Även om den heterosexuella parrelationen är ett återkommande inslag, syns till exempel i en film från början av 1970-talet hur kvinnor arbetar inom industrin och hur en pappa hämtar sitt barn från farmodern när mamman jobbar skift.

I sin genomgång av Gösta Werners verksamhet som beställningsfilmare diskuterar Stjernholm fyra stadsfilmsprojekt producerade inom SF:s beställningsfilmsavdelning och det senare bolaget Filmkontakt gjorda på uppdrag av kommunala eller regionala organ: *Guld och gröna skogar* (1959) och *Vi väljer Västerbotten* (1960), båda del av ett projekt på beställning av Västerbottens län, *Stad vid färdeväg* (1961), på beställning av Malmö stad, *Sveaborg* (1965), på beställning av Helsingfors stad, och *Lund* (1967), på beställning av Lunds kommun. Förarbetet till filmerna var ofta omfattande, med särskilt tillsatta filmkommittéer och flera kommunala organ och lokala aktörer inblandade. Stjernholm lyfter fram hur Werner och de andra SF-medarbetarna uttryckte en frustration kring otydligt formulerade idéer från beställarens sida om filmernas utformning och innehåll. Inte sällan, menade de, lades större vikt vid att få med så många aspekter som möjligt av respektive stad än vid filmens konstnärliga uttryck, något som tenderade att leda till ganska likartade och estetiskt ointressanta stads- och landskapsfilmer. Samtidigt försökte de använda Werners rykte som beställningsfilmare som ett argument för att få så stor konstnärlig frihet kring projekten som möjligt. Under mitten av 1960-talet minskade utrymmet för påkostade och konstnärligt hållna produktioner, inte minst på grund av de allt mer begränsade möjligheterna att visa filmerna som förfilm på biograf.

Som tidigare påtalats har korta stadsfilmer producerats i en lång rad länder under den studerade perioden. Få mer genomgripande studier med fokus på filmernas beställning och förarbete har dock gjorts.<sup>71</sup> Ett undantag utgör Thomsons studie av bolaget Dansk kulturfilm där hon gör en omfattande analys av Jørgen Roos *En by ved navn København* (1960), som producerades på uppdrag av Köpenhamns stadsfullmäktige och Köpenhamns hamnadministration och nominerades till en Oscar för bästa kortfilm.<sup>72</sup> Filmen föregicks av ett långt och detaljerat förarbete som visar på hur olika finansierers och intressenters viljor jämkas samman. Redan under förarbetet betonades att filmen skulle överskrida den traditionella stads- och turistfilmgenren, och på ett liknande sätt som i Nordenströms och Hulténs film driver den med genrens grepp och konventioner. Precis

som i Sucksdorffs film märks också en tydlig önskan om att koppla samman filmen med 1920-talets storstadssymfonier.<sup>73</sup> I filmen presenteras tydligt vem som beställde och finansierade den och även detta beställningsförhållande är något som drivs med.<sup>74</sup> Precis som när det gäller Sucksdorffs film framstår Roos film således som ett exempel på en beställningsfilm där stor vikt lagts vid dess kulturella prestige och estetiska uttryck. Efter filmens framgångar producerade Roos även liknande filmer om Hamburg och Oslo på beställning av lokala myndigheter.<sup>75</sup> De två filmerna och deras förarbete har stora likheter med filmen om Köpenhamn, inte minst i betoningen av deras konstnärliga utformning, men knyter genom sina ”En dag i staden”-strukturer än tydligare an till mellankrigstidens storstadssymfonier.<sup>76</sup>

När det gäller produktionen av kommunal stadsfilm från 1970-talet och framåt är detta ett i hög grad utforskat område. Ett undantag utgörs av Samuelssons översiktliga genomgång av stadsfilmer från Eskilstuna.<sup>77</sup> I en jämförelse mellan två filmer producerade inför stadens 300- respektive 350-årsjubileum, 1959 och 2009, visar han till exempel på förändringar i hur stadens invånare representeras.<sup>78</sup> Om 1950-talets invånare beskrevs som lojala industriarbetare eller hemmafruar, framställs de under 2000-talet å ena sidan som konsumenter av stadens utbud av caféliv, sport och kultur och å andra sidan som företagsamma och välutbildade.<sup>79</sup> I båda filmerna användes stadens historia på ett selektivt och medvetet sätt för att konstruera den samtida bilden av dess invånare.

Sammantaget visar de olika exemplen på något av den spännvidd som ryms under begreppet (kommunal) stadsfilm och hur olika intressen förhandlas under filmernas förarbete och produktion. De visar också tentativt på förskjutningar i hur de porträtterade städerna representerats. I de följande sex empiriska kapitlen kartläggs förarbetet till de studerade filmerna, de syften de producerades för och deras tänkta målgrupper, och därefter hur filmerna distribuerades och visades. Med utgångspunkt i dessa kartläggningar analyseras hur Göteborg och stadens invånare representerats och hur detta förändras över tid.

## DEL I

## 4. Brytningstid och välfärdsstat

Kommunal stadsfilm i Göteborg  
under 1930- och 1940-talen

1930-talet var ett ambivalent och motsägelsefullt decennium; ekonomisk turbulens, sociala reformer och krigsmuller blandades med ett kondensat av gammalt och nytt, urbanitet och landsbygd, framtidsvisioner och bakåtblickande.<sup>1</sup> Under decenniet etablerades ett allt större intresse för reklam och propaganda bland såväl privata som offentliga aktörer i Sverige. Inte minst filmmediets potential uppmärksammades och på den kommunala nivån blev produktionen av kommunal stadsfilm en allt mer diskuterad fråga. Som lyftes fram i avhandlingens inledning fanns det två huvudsakliga syften med dessa filmer under 1930-talet: å ena sidan att göra reklam för staden gentemot näringsliv och turister och å andra sidan att dokumentera försvinnande stadsmiljöer för framtiden. Snickars har påpekat hur det under det tidiga 1900-talet etablerades starka föreställningar om att ”moderniteten – men kanske framför allt det som den hotade – borde arkiveras med de mest avancerade teknologiska lagringsmedier som då stod till buds. Försvinnande stadskärnor skulle fotograferas, bortglömda dialekter spelas in på fonogramcylindrar och gamla danser filmas”.<sup>2</sup> Liknande föreställningar om moderniteten som både löfte och hot, och om filmmediet som ett medel för att bevara det som riskerade att gå förlorat, levde alltjämt kvar under 1930-talet.

Decenniet var på många sätt också definierande för det svenska välfärdssamhälle som skulle komma att implementeras fullt ut efter andra världskriget. 1930 arrangerades Stockholmsutställningen, som kan ses som startpunkten för den moderna arkitekturens bredare spridning i Sverige och som enligt Habel fungerade som en plats för medborgerlig fostran rörande funktionalismens ideal kring hälsa, boende, inredning och konsumtion.<sup>3</sup> Två år senare, 1932, inledde Socialdemokraterna ett



regeringsinnehav som skulle vara i 44 år och 1934 publicerades Gunnar och Alva Myrdals *Kris i befolkningsfrågan*, en bok som kan ses som utmärkande för den sociala ingenjörskonstens intresse för befolkningens hälsa, fortlevnad och sammansättning.

I det här kapitlet står 1930- och 1940-talen i fokus och två filmprojekt om Göteborg som kommunen var involverad i kommer att analyseras: *Staden vid Göta älv* (1938) och *Sveriges port mot väster/Staden vid Västerhavet* (1946). Med utgångspunkt i Elsaessers tre A:n kartläggs stadens roll i de två filmprojekten, de syften med vilka filmerna producerades, deras tilltänkta målgrupper och hur de kom att cirkulera. De två projekten analyseras i relation till internationella dokumentära filmströmningar och former för produktion, distribution och visning av beställningsfilm i Sverige under 1930- och 1940-talen. Filmerna och hur staden representeras analyseras sedan i relation till de kontraster och motsägelsefulla drag som präglade 1930-talet och de sätt på vilka den under decenniet framväxande svenska välfärdsstaten fick ett mer institutionaliserat uttryck efter andra världskriget. Särskild vikt läggs vid hur filmerna kan förstås som en del av styrningen av staden och dess befolkning med hjälp av audiovisuella medel. Avstamp tas bland annat i det som Thörn, med utgångspunkt i Foucaults arbeten, har kallat en urban ingenjörskonst som han menar etablerades i Sverige och Göteborg under 1930- och 1940-talen. I det följande diskuteras först några drag i Göteborgs utveckling under de två decennierna och därefter några aspekter av det svenska filmlandskapet, med särskilt fokus på beställningsfilm och det växande intresset för kommunal stadsfilm bland svenska städer. Sedan följer en analys av de två filmprojekten.

### Göteborg och den urbana ingenjörskonsten

I motsats till många andra svenska städer, som var hårt åtgångna av arbetslöshet och ekonomisk stagnation, karaktäriserades utvecklingen i Göteborg under 1930-talet av både befolkningstillväxt och expanderande industrier.<sup>4</sup> Till stor del kan det förklaras av den göteborgska industrins sammansättning och att den relativt sena svenska industrialiseringen gjorde att betydande marknadsandelar ännu inte exploaterats för en hamnstad som Göteborg.

1930-talets Göteborg skulle komma att spela en betydande roll för utvecklingen av den svenska välfärdsstatens stadsplanering och bostadsbyggande under decennierna efter andra världskriget. Mellan åren 1932 och 1943 var Uno Åhrén, en av den svenska funktionalistiska rörelsens

mest betydelsefulla företrädare, stadsplanechef i Göteborg.<sup>5</sup> Åhrén var medförfattare till det omtalade manifestet *acceptera* från 1931, där funktionalismens grundsatser proklamerades, och stod bakom en lång rad betydelsefulla byggnader och stadsplaner. Enligt Thörn kan 1930- och 1940-talens Göteborg närmast betraktas som en plantskola för det svenska folkhemmets arkitekter. I boken *Stad i rörelse* argumenterar han för att just stadsplanering och bostadspolitik utgjorde en central del av den sociala ingenjörskonstens reformambitioner i Sverige och att den kan betraktas som en form av urban ingenjörskonst.<sup>6</sup> I boken pekar Thörn också på situationen i Göteborgs arbetarklasstadsdelar, inte minst stadsdelen Haga, spelade en framträdande roll i flera av de utredningar, ledda av Uno Åhrén, som utgjorde kunskapsunderlag för den urbana ingenjörskonstens utveckling under 1930- och 1940-talen. Särskilt viktig var den bostadssociala utredning som initierades 1933 och avslutades med två betänkanden, 1945 och 1947, och som kom att få ett enormt inflytande för stadsplaneringen i Sverige under decennierna efter andra världskriget.

Utifrån en analys av den bostadssociala utredningen menar Thörn att den kännetecknas av en bostadspolitisk styrning som å ena sidan kan förstås som en statistiskt grundad biopolitisk makt riktad mot befolkningen som helhet, med nya former av bidrag och regleringar för att gynna bostadssparande och byggandet av billiga hyreslägenheter. Å andra sidan framträder också en mer disciplinärt orienterad maktdimension med fokus på sanering av undermåliga bostäder och stadsdelar. Thörn sammanfattar det senare: ”I linje med idén om sambandet mellan å ena sidan den byggda miljön och å andra sidan de sociala relationerna, beteendet och moralen, kan man med saneringen av bostäder också sanera en livsform för att försöka ersätta den med ett nytt, mer önskvärt sätt att leva.”<sup>7</sup> I Göteborg skulle en lång rad äldre arbetarstadsdelar, helt eller delvis, komma att rivas under de följande decennierna och den politiska striden om stadsdelen Haga skulle fortsätta ända in på 1980-talet.

### Kommunal stadsfilm och det svenska filmlandskapet under 1930- och 1940-talen

De två filmprojekten om Göteborg som analyseras i det här kapitlet omnämns båda i *Svenska stadsförbundets tidskrift*, som upprepade gånger under slutet av 1930- och början av 1940-talet uppmärksammade det växande intresset för reklam, propaganda och produktionen av stadsfilm bland svenska kommuner.<sup>8</sup> I den text från 1937 som citerades i avhandlingens inledning gjorde tidskriften en genomgång av de städer där filmprojekt

genomförts eller varit uppe till diskussion.<sup>9</sup> I texten konstaterades att det gått ett tiotal år sedan de första svenska, kommunalt initierade, stadsfilmerna hade börjat spelas in, men att det var först på senare år som intresset spridit sig mer allmänt bland svenska städer.<sup>10</sup> Om de kommunala stadsfilmerna tidigare hade kunnat förstås som experiment, ansågs praktiken nu så etablerad att städerna kunde räkna med att få valuta för satsade pengar och att filmerna skulle uppfylla de syften de producerats för. I ett tjugotal orter hade frågan utretts och i såväl större städer som Stockholm och Göteborg som mindre städer som Skellefteå, Falkenberg och Nora hade pengar avsatts för ändamålet. I notisen ”Stadsfilmer” från 1938, som beskrevs som ett referat av ett insänt bidrag från ”ett av våra större filmföretag”, lyfts på liknande sätt det allt bredare intresset bland svenska städer för filmmediets möjligheter fram:

Runt om i städerna har man fått ögonen öppna för filmens möjligheter både när det gäller att bevara stadsbilder, som utplånas av utvecklingen, och när det gäller att visa vad staden har ur turistsynpunkt lockande eller vad den kan erbjuda en industri för fördelar. Allting måste emellertid ske med planmässighet och insikt för att ge lön för mödan och pengarna. Därtill fordras erfarenhet och förstklassiga materiella resurser. De s.k. stadsfilmerna ha allt för ofta fått tillkomma utan att dessa förutsättningar varit i tillräcklig grad för handen. Den allra första förutsättningen för att en film över huvud taget skall göra någon som helst verkan är naturligtvis, att den blir visad. Inte bara på ett par småbiografer någonstans utan över hela landet och helst på de förnämsta biograferna.<sup>11</sup>

Det får förmodas att bolaget som stod bakom det insända bidraget hade ett egenintresse i att peka på undermåligheten hos många stadsfilmer till följd av att alltför oerfarna och resurssvaga företag inom branschen anlitas. Bolaget lär även ha talat i egen sak när det betonade vikten av att välja en aktör som kunde garantera distribution på biografer runt om i landet. Det oblyga försöket att lyfta fram de egna förtjänsterna visavi mindre konkurrenter pekar på två framträdande aspekter av det svenska filmlandskapet under 1930-talet: den inte alltid okomplicerade frågan om distribution och koncentrationen av makt till ett fåtal stora filmbolag. Furhammar har beskrivit den svenska filmindustrin under 1930-talet som brokig med en bred flora av mindre, och ibland ganska tillfälliga aktörer, vid sidan om de två stora och enda fullt integrerade bolagen SF och Europafilm.<sup>12</sup> Att en av de stora aktörerna inom den svenska filmbranschen, med stor säkerhet just SF eller Europafilm, på det här sättet försökte muta in sin position som producent av filmer på beställning av kommuner i Sverige visar också att beställningsfilmen var en inte obetydlig del av det

svenska filmlandskapet och även de större bolagens verksamhet under 1930-talet. Även arbetarrörelsens filmbolag Filmo, som grundades 1938, utvecklade under kriget en full vertikal integration och hade en omfattande verksamhet kring politiskt inriktad kort- och upplysningsfilm av olika slag.<sup>13</sup>

En annan aspekt som lyfts fram i båda artiklarna gäller filmernas finansiering och i vilken mån kommunerna bör låta privata aktörer vara med och finansiera dem. Så till exempel när diskussionen om en film om Norrköping refereras:

När det nu gällde att finansiera en dylik film finge man icke, framhöll drätselkammaren, släppa ur minnet, att intresset av en värdig och fulllödig film om staden såsom sådan måste gå framför den enskildes intresse att framhäva sina särförhållanden på det helas bekostnad. Det enskilda reklamintresset finge med andra ord icke bli en utslagsgivande faktor vid stadsfilmens finansiering. Staden borde alltså helt hava i sin hand att bestämma över filmens sammansättning och därvid endast rådfråga sakkunskapen och den goda smaken. Att bygga en stadsfilm huvudsakligen på bidrag från reklamerande industrier hade visat sig föga lyckligt. Härmed vore självfallet icke utsagt, att icke i en industristad som Norrköping glimtar från industrin skulle medtagas, men urvalet skall kunna ske obundet på sådant sätt att helhetsverkan – intrycket av *staden* Norrköping – icke förryckes.<sup>14</sup>

Här synliggörs de ofta skilda intressen och potentiella intressekonflikter som kännetecknar produktionen och finansieringen av beställningsfilm och mer specifikt stadsfilm. Även i det refererade bidraget från filmbolaget påtalas det att städerna inte bör förlita sig på bidrag från privata intressenter och därigenom riskera kontrollen över projektet. Här kan det dock återigen tänkas att bolaget hade ett egenintresse av att säkra en stabil ekonomisk grund till filmprojekten och därför argumenterade för att städerna själva skulle stå för den största delen av finansieringen. Noterbart i de diskussioner som refereras i artiklarna i *Svenska stadsförbundets tidskrift* är att ord som reklam, propaganda och upplysning användes parallellt och, som det verkar, utan någon klar åtskillnad. Som tidigare diskuterats fanns det under 1930-talet ingen enhetlig distinktion mellan de olika termerna.<sup>15</sup> Däremot förekommer inte termen information och inte heller ordet dokumentärfilm används.

Även om det varken skapades något statligt produktionsbolag eller andra praktiska och ekonomiska stödåtgärder för produktionen av dokumentär- och upplysningsfilm i Sverige var kort- och beställningsfilmen en integrerad del av den samtida filmkulturen, inte minst som en del av bio-

grafernas kort- och förfilmsprogram. I branschtidningarna *Biografbladet* och *Biografägaren* lyftes under 1930- och 1940-talen återkommande den aktuella produktionen av svensk kortfilm fram, om än på summariskt sätt.<sup>16</sup> Vid mitten av 1930-talet satte Sveriges biografägareförbund, som gav ut den senare tidskriften, även samman en särskild ”Kulturfilmskatalog” för att hjälpa biografägarna att välja lämpliga filmer till fyllnadsprogrammen.<sup>17</sup> Under krigsåren diskuterades i flera artiklar i de båda tidskrifterna den svenska kortfilmsproduktionen, inte minst i relation till den svenska beredskapen och arbetet inom Statens informationsstyrelse.<sup>18</sup> Produktionen av upplysningsfilm diskuteras även i flera statliga utredningar under 1940-talet.<sup>19</sup> När det gäller det kommunala reklam- och informationsarbetet under 1940-talet lyfter Kåring Wagman fram en allt större öppenhet för att använda nya medier som till exempel film. Hon citerar bland annat en motion i Stockholms stadsfullmäktige från krigsåren som diskuterade hur man skulle kunna använda filmmediet för att skapa större kännedom om kommunen bland stadens invånare:

Det är självfallet, att en upplysningsverksamhet av denna art för att bli slagkraftig och attraktiv måste utformas på ett sådant sätt, att den väddjar till nutidsmänniskans särskilda psyke. En ”kommunal reklamverksamhet” kan med andra ord icke få bli stillastående och stöpt i en för all framtid given yttre ram, den måste anknyta till tidens allmänna företeelser, givas rörelse och liv, så att den återspeglar den aktuella situationen vid varje givet tillfälle.<sup>20</sup>

För att kunna skapa intresse för den kommunala verksamheten hos stadens invånare var det, enligt motionsförfattarna, således av största vikt att den kommunala reklamen gavs rörelse och liv och en modern och attraktiv form.

### Hamnstad i brytningstid: *Staden vid Göta älv* (1938)

När den 17 minuter långa filmen *Staden vid Göta älv* hade premiär i februari 1938, som förfilm till Sigurd Walléns långfilm *Två år i varje klass* och inom ramen för ett kortfilmsprogram,<sup>21</sup> var den en del av en bredare trend av kommunalt finansierade eller beställda stadsfilmer i Sverige. I en notis i *Stockholms-Tidningen* kallades filmen ”en svepig samsyn över Göteborg”.<sup>22</sup> Skribenten hade invändningar mot ”kåseriet och speakern” men menade att den var ”fotografiskt verkningsfull”.<sup>23</sup> Idag finns den fritt tillgänglig i digital form på filmarkivet.se.<sup>24</sup> I själva filmen ges ingen information om dess bakomliggande beställning och finansiering, vilket också var ovanligt

för beställningsfilmer som visades som en del av biografernas för- och kortfilmsprogram.<sup>25</sup> Förslaget att spela in en film om Göteborg hade regissören Per G. Holmgren, som själv vuxit upp i staden, tillsammans med filmfirman Carl Gustaf Johnson, ställt till Göteborgs och Bohusläns turisttrafikförening under våren 1937. I denna korrespondens framhöll de bland annat sin erfarenhet av att spela in liknande filmer om andra städer och orter runt om i Sverige.<sup>26</sup>

Organisationen Göteborgs och Bohusläns turisttrafikförening grundades 1937 och verkade för att utveckla den svenska och utländska turismen i Göteborg och Bohuslän.<sup>27</sup> Ett stort ekonomiskt bidrag till föreningen kom från Göteborgs kommun och i viss mån från landstinget, ett bidrag som höjdes successivt under decennierna efter andra världskriget.<sup>28</sup> I föreningens arkiv finns ett omfattande material kring filmen *Staden vid Göta älv* bevarat.<sup>29</sup> Materialet exemplifierar flera aspekter av det svenska filmlandskapet och produktionen av beställningsfilm och stadsfilm under 1930-talet. Det ger också prov på det röriga förarbetet till många beställningsfilmer och de tilltrasslade relationerna mellan Elsaessers tre ”A:n”. Lättast att ringa in förefaller filmens *Anlass* och *Adressat* vara, de syften med vilka filmen producerades och de målgrupper och visningskontexter den var ämnad för. På ett liknande sätt som när det gäller de stadsfilmer som diskuterades i *Svenska stadsförbundets tidskrift* fanns det initialt ett tvådelat syfte med *Staden vid Göta älv*.<sup>30</sup> Det huvudsakliga syftet var att göra reklam för Göteborg som turiststad, där en kortare turistfilm om staden för visning som förfilm på biografier runt om i landet skulle produceras. Även möjligheten till internationell distribution nämndes.<sup>31</sup> Filmens målgrupp (*Adressat*) var därmed i första hand en svensk biografpublik, som genom filmen skulle kunna få upp ögonen för Göteborg som resmål. I turisttrafikföreningens årsberättelse för 1937 beskrivs filmen som ett ”propagandamedel som bör få stor betydelse för Göteborg som turiststad.”<sup>32</sup> Under förarbetet påtalades även ett kulturhistoriskt syfte med filmen, där ett mer omfattande filmmaterial skulle produceras för arkivering hos staden, men detta syfte diskuterades sedan inte vidare.<sup>33</sup>

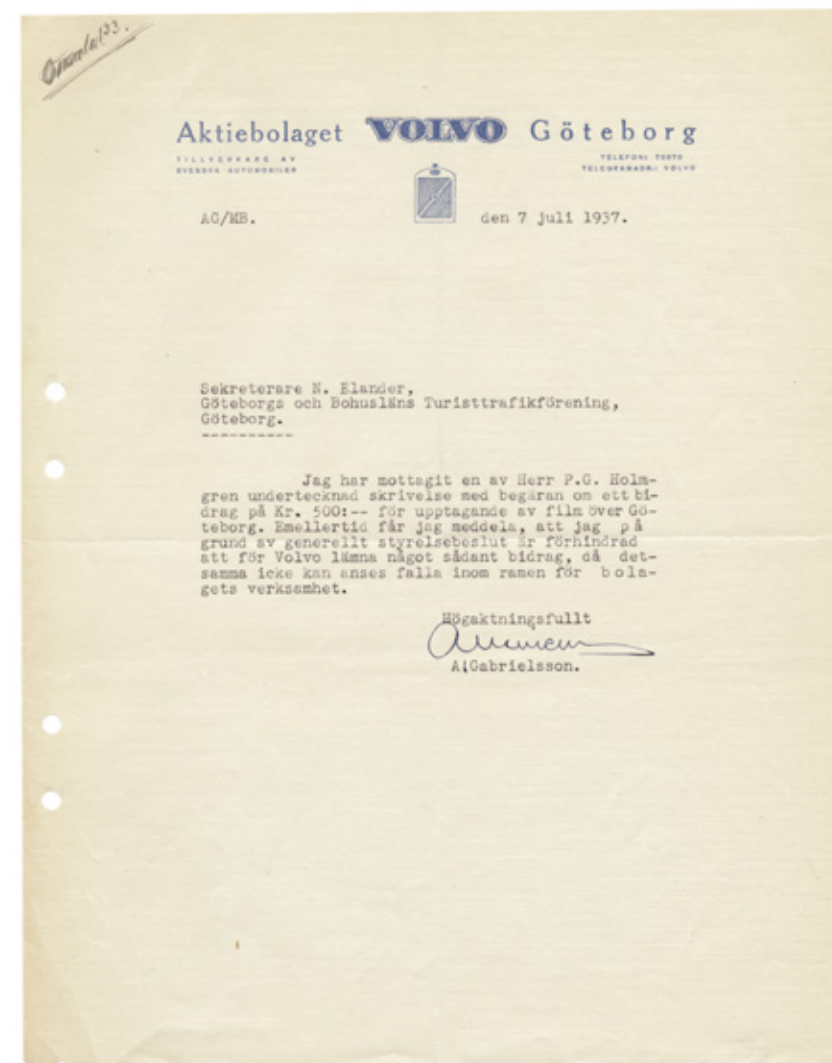
Svårare att precisera är filmens beställare (*Auftraggeber*). Turisttrafikföreningen granskade och godkände filmens manus och åtog sig också att inspektera den färdiga filmen före distribution. Föreningen tog också på sig uppgiften att administrera de ekonomiska medel som samlades in. I någon mån bör föreningen därmed kunna ses som filmens beställare. Föreningen bidrog dock inte med någon egen finansiering till filmen och om Holmgren inte lyckades samla in de tänkta bidragen från kommunen och andra aktörer skulle han inte kunna ställa några ekonomiska krav på



föreningen.<sup>34</sup> Det största bidraget till filmen kom från Göteborgs drätselkammare, som filmfirman riktat sig till när filmidén godkännts av turisttrafikföreningen.<sup>35</sup> Av filmens totala budget på 7 500 kronor, motsvarande drygt 230 000 kronor i 2020 års penningvärde, hoppades man att drätselkammaren skulle kunna bidra med 3 500 kronor. Till den resterande delen fanns stora förhoppningar om bidrag från andra aktörer och intressenter. I jämförelse med liknande projekt i andra städer från samma tid framstår budgetens storlek och stadens bidrag som relativt omfattande.<sup>36</sup> Redan året innan hade drätselkammaren fått ett förslag från ett annat filmbolag om att spela in en film om Göteborg. Drätselkammaren hade varit intresserad av saken, men menat att projektet egentligen borde skötas av just turisttrafikföreningen och att om de också lyckades involvera privata aktörer skulle "stadens bidrag kunna begränsas till blott ett bidrag".<sup>37</sup> Det tidigare projektet strandade på att bolaget inte kunde garantera en tillräckligt bred distribution av filmen till landets biografer. Även kring det nya förslaget hade drätselkammaren en avvaktande inställning. Det framfördes bland annat att det manus som granskats och godkännts av turisttrafikföreningen "innehåller alltför mycket detaljer och saknar en syntés [Sic!] av stadens liv" och att filmen "torde få betraktas som ett experiment".<sup>38</sup> Trots invändningarna kom drätselkammaren efter beslut i stadsfullmäktige att bidra till filmen, dock med en sänkning av beloppet från 3 500 till 3 000 kronor utan att det närmare motiverades.<sup>39</sup>

Vid sidan om drätselkammarens bidrag verkar Holmgren och Johnson ha överskattat möjligheterna att uppbåda finansiering till filmen. Flera av de framför allt privata intressenter som kontaktades tackade nej till att bidra. Filmens skulle också följas av ett ekonomiskt efterspel där Holmgren framhöll sina svårigheter med att samla in bidrag, något som tillsammans med en tids dåligt väder försenat och fördyrat arbetet med filmen.<sup>40</sup> Detta hade inneburit en stor personlig ekonomisk uppoffring för Holmgren och han anhöll därför om att föreningen skulle utbetala skillnaden mellan det belopp som inkommit och filmens på förhand stipulerade budget. Föreningen avslag dock denna ansökan.<sup>41</sup> Utifrån bevarad korrespondens var det de två stora industrieföretagen i staden, Volvo och SKF, som tillsammans med Rederiaktiebolaget Svenska Lloyd och Kungliga Järnvägsstyrelsen avböjde förfrågan om att bidra till produktionen.<sup>42</sup> Bland de företag och organisationer som tvärtom bidrog med mindre belopp återfanns Liseberg och andra aktörer med en tydligare lokal koppling till turism och resande.<sup>43</sup>

Trots att Göteborgs stadsfullmäktige genom drätselkammaren bidrog till den större delen av filmens finansiering hade kommunen som framgått



Volvo tackar nej till att medverka till finansieringen av *Staden vid Göta älv* (1938).

en tillbakadragen och avvaktande roll i dess förarbete. Relationen mellan olika aktörer i filmens beställning och finansiering och kommunens försiktiga roll i projektet visar på de olika typer av förhandlingar som kännetecknade den här typen av projekt. Förarbetet och efterspelet till filmen visar också på den mångfald som kännetecknade det svenska filmlandskapet under slutet av 1930-talet vid sidan om de större filmbolagen, med många små och ibland ganska kortlivade bolag.<sup>44</sup> Det är också tydligt att distributionen var en svår fråga att lösa för många mindre filmbolag. Att





Sommarmorgon i fiskeläget, stillbild ur *Staden vid Göta älv* (1938).

Holmgren tog en stor personlig ekonomisk risk i projektet pekar också på att utsattheten kunde vara stor för enskilda filmare. Med utgångspunkt i förarbetet kring filmen, konstitutionen av filmens tre A:n och kommunens tillbakadragna roll följer nu en analys av själva filmen och det sätt på vilket Göteborg representeras.<sup>45</sup>

### **Staden vid Göta älv**

Filmen följer i stora drag det manus som presenterades för turisttrafikföreningen och inleds tillsammans med filmens förtexter med en långsamt panorerande tagning över Göteborgs hamn- och industriområden längs med Göta älv.<sup>46</sup> Tagningen är gjord från den norra sidan av älven med riktning mot stadens centrum och den som är bekant med Göteborg kan tänka att den borde vara gjord vid utsiktspunkten uppe på Ramberget på Hisingen. På ljudspåret hörs en vals med dragspel, som för att skapa känslan av en populärt folklig miljö. Efter en knapp minut tonas tagningen över till en bild där en smal och enkel grusväg löper mellan några trähus. Tagningar från denna enkla trähusbebyggelse följer samtidigt som en manlig, ej namngiven, speakerröst förkunnar: ”Det är sommarmorgon i fiskeläget. Solen har just gått upp över de gamla trähusgavlarna. Så börjar

dagens olika bestyr.” I filmen intar denna speakerröst en central position. Det förekommer inga diegetiska ljud och sparsamt med pålagd musik, där i första hand den inledande valsmelodin återkommer några gånger under filmens förlopp.

Efter en idylliskt färgad skildring av vardagliga sysslor i de enkla trähusmiljöerna följer en presentation av en arbetsdag i hamnen. Parallellt skildras hur turister och semesterfirare i samma hamn kliver ombord på båtar till Danmark, Nordamerika eller skärgården utanför Göteborg. Därefter presenteras några landmärken, statyer och historiska byggnader kring Stigbergstorget i hamnens närhet. Masthuggskyrkan presenteras och sedan funkisarkitektur och barn i en plaskdamm i de då nybyggda delarna av Masthugget. Efter en vy över staden från Masthuggsberget följer en liknande vy från det närliggande fästningsverket Skansen Kronan över stadsdelen Haga, som dock inte namnges. Sedan presenteras ett antal historiska byggnadsverk och monument i den centrala staden innanför vallgraven, som till exempel statyn av Göteborgs grundare Gustav II Adolf och torget som bär hans namn, de kanaler som visar på ett holländskt inflytande vid stadens grundande och Tyska kyrkan. Handel, hotell och biltrafik runt de fyra hamngatorna och Drottningtorget presenteras. Därefter handel och folkliv på salutorget, Feskekörkan i närheten och fiskauktionen i hamnen.

Från Kungssportsplatsen och Kungssportsavenyn, presenteras sedan kulturinstitutionerna kring Götaplatsen och Carl Milles staty av Poseidon i fontänen i dess mitt. Sedan visas den burgna villastaden i området Lorensberg bakom Götaplatsen upp och därefter den nya funkisarkitekturen i Johanneberg. ”Grönskan präglar sommarens Göteborg, mer än kanske någon annan av Sveriges städer”, konstaterar speakerrösten till filmens svartvita bilder och introducerar Trädgårdsföreningen, djurliv i Näckrosdammen, den grönskande Nya Allén tvärs igenom den centrala staden. Efter en kort presentation av fontänen på Järntorget, lyfts vila, djurliv och rekreation i Slottsskogen fram. Sedan följer en skildring av nöjesfältet Liseberg, med springbrunnar, karuseller, bergochdalbana, dans och musikframträdanden, som avslutas med fyrverkerier mot den mörka kvällshimlen. Till några mörka tagningar där en grupp personer syns simmandes i en pool förklarar speakerrösten sedan att ”när de nöjeslystna skarorna var färdigroade upptäckte kameran den här synen. Artisterna som lögade sig i det upplysta Lisebergsbadets böljor.” Därefter sker en övertoning till samma pool under dagtid, som lyfts fram som en populär attraktion för personer som inte kan ta sig ut till havet. Därefter skildras bad- och segelbåtstliv i skärgården utanför staden. ”Så kommer kvällen...”

förkunnar speakerrösten. Seglarna lägger till vid båthamnen i Långedrag strax utanför Göteborg och i kustorten Marstrand norr om staden ”vakar Carlstens mäktiga gamla fäste som en sista påminnelse om banden mellan svunna tider och nuet.”

### **Fiskeläget och hamnstaden: En första utsiktspunkt**

Redan under filmens anslag och inledande minuter etableras ett flertal grepp och berättarmässiga strategier som är signifikanta för den resterande filmen. Genom ett antal olika grepp och motiv, den populärt folkliga musiken, trähus och grusvägar, kvinnor som plockar ner tvätt, barnen som leker och matar katter, fisk som levereras i enkel träkärra och ord som ”sommarmorgon”, ”fiskeläge”, ”trähusgavlar” och ”bestyr”, är det en närmast pastoral idyll som frammanas i den korta inledningen. Snart sätts dock idyllen i relief mot den uppvaknande hamnstaden. Efter en långsamt panorerande kamerarörelse från en grusväg som löper mellan en tät trähusbebyggelse, över en lummig trädgård som skymtar bakom ett träplank och vidare till en gräsbevuxen slänt med några klipphällar går det att på håll skönja ett bredare vattendrag, industribyggnader och vad som skulle kunna vara en varvsdocka. Den panorerande kamerarörelsen, som långsamt avslöjar allt mer av rummet, och den tematiska övergången understryks av berättarrösten: ”Fiskeläget, ja. Men inte vilket fiskläge som helst. När blicken sveper längs horisonten, dröjer det inte många ögonblick innan den fastnar på något som inte kan vara annat än Sveriges största hamn.”

Två aspekter av anslaget och filmens första scen bör understrykas. Först och främst det sätt på vilket stadens rumslighet konstrueras och relationen mellan bildmaterialet och speakerröstens framställning. Den panorerande tagningen avslöjar sakta mer och mer av rummet och korresponderas av att speakerrösten förklarar hur blicken, precis som kameran, sakta glider över horisonten och hur denna blick till slut får syn på något: Sveriges största hamn. Här beskriver speakerrösten således själva seendeakten och bildens komposition, och förklarar vad som kan ses från just det perspektiv som skapas genom kamerans placering och rörelse. I den resterande delen av filmen återfinns flera liknande tagningar i fågelperspektiv över staden gjorda från naturliga höjder och utsiktspunkter, där speakerrösten spelar en framträdande roll i konstruktionen av den rumsliga relationen mellan olika scener och platser i staden. Det andra berättartechniska grepp som används flitigt i filmen och som syns redan i inledningen är använ-

dandet av olika typer av motsatspar och kontraster. I den inledande scenen sätts den enkla idyllen (”fiskeläget”) i motsats till den moderna hamnen, och just kontrastering av det traditionella, historiska, och det nutida eller moderna är återkommande i filmen. En annan kontrast som lyfts fram och betonas är den mellan arbete och fritid och mellan olika samhällsklasser. I många fall används dessa kontraster som ett sätt att skapa komisk effekt. Betoningen och användandet av olika kontraster i staden (rik/fattig, gammalt/nytt, traditionell/modern, arbete/fritid) kan ses som en form av topik och var också ett framträdande drag i mellankrigstidens storstadssymfonier.<sup>47</sup>

### **Klasskillnader i hamnstaden**

Kontrasteringen mellan arbete och fritid och mellan olika samhällsklasser är som mest framträdande i den skildring av stadens hamn som följer efter den inledande scenen. Till tagningar där ett till en början folktomt hamnområde allt mer fylls upp av människor förkunnar speakerrösten: ”Till kajer och verkstäder strömmar morgonpigga skaror...”. Efter tagningar från verksamheterna i den allt livligare hamnen sätter speakerrösten skarorna av arbetare i relief mot de mer välbesuttnas avfärder med turistbåtar från samma hamn:

En del har det bra förstås, deras jäkt inskränker sig till att de redan i morgonväkten startar på turistresor till främmande stränder, antingen det nu är med Kronprinsessan Ingrid till andra sidan Kattegatt eller med Drottningholm till andra sidan Atlanten.

Genom att beskriva arbetarna som morgonpigga och att turisterna behöver jakta för att hinna med sina båtar skapas en humoristisk effekt av klasskillnaderna. Här bör det också betonas att den första semesterlagen i Sverige, då alla fick rätt till två veckors betald semester, infördes först året efter att filmen spelades in.<sup>48</sup> Turistresor och betald semester var fortfarande få förunnat.

Därefter följer ett längre montage av tagningar på olika sysslor i hamnen: ”Men för dem som stannar kvar räcker arbetet till med balar och lådor och säckar och kaggar och längor.” Scenen från hamnen rundas av med att skillnaden mellan arbetarna och semesterfirarna återigen lyfts fram när en tagning med en båt överfylld av arbetare som lägger till vid kajen följs av tagningar där turister kliver ombord på skärgårdsbåtar:

Men arbetsdagen har ett slut och samtidigt som verkstadsfolket sättes över vattnet i stora pråmar och översvämmas Stenpiren, så har piren intill också högtrafik, men i motsatt riktning, för där gör skärgårdsbåtarna sig just redo att ta emot stadsbor och främlingar, för vilka överlden utanför älvmyningen är en av Göteborgs främsta lockelser.

Här bör den rumsliga närheten mellan ”verkstadsfolket” och turisterna betonas. Även om skarorna av arbetare som tar sig till och från sina arbetsplatser och kryssningsfartygens och turistbåtarnas avfärder lyfts fram sida vid sida, så är det påtagligt hur den förra gruppen (de som ”stannar kvar”) tar sig *till* hamnen för att arbeta, medan den andra gruppen, turisterna och kryssningsresenärerna, tar sig *från* hamnen, ”i motsatt riktning” som arbetarna. En rörelse i rummet skapas, där hamnen blir en plats med flöden i olika riktningar kopplade till klassposition som under dagen löper tätt intill varandra.

Jämförelsen mellan olika samhällsklasser återkommer längre fram i skildringen av Lorensbergsområdet bakom Götaplatsen. Först förkunnar speakerrösten: ”Och därmed är vi uppe i stadens förnämligaste bostadsområde, Lorensbergsområdet. Där klänger vildvin och murgröna upp efter lyxvillornas tegelfasader som är den moderna motsvarigheten till 1800-talets patricierhem vid vallgraven och Kungsportsavenyn.” Till tagningar från ett stenstadskvarter förklaras sedan: ”Men växtlighet på fasaderna är inte endast villaägarnas privilegium. Det finns hela gator med hyreshus som är täckta med samma yppiga grönska.” Till skillnad från villaområdet namnges emellertid inte gatorna eller områdena med hyreshus. Inte heller stadsdelen i den idylliskt färgade inledningen eller arbetarklasstadsdelen Haga som utgör blickfånget i tagningen uppifrån befästningsverket Skansen Kronan namnges. Lorensbergsområdet och de välbesuttnas hem innanför vallgraven och längs med Kungsportsavenyn var till skillnad från arbetarklasstadsdelarna värda att presenteras vid namn och ges utrymme som en del av den officiella stadsbilden när stadens sevärdheter gick igenom. Ytterligare en klassbetonad jämförelse syns i scenen från hamnen i början av filmen. Till en tagning längs med en kajkant helt fylld med hamnkranar och mindre fartyg förklarar speakerrösten att: ”kranarna står liksom på språng att börja tömma och fylla de väntande lastrummen på båtar från alla världens hörn.” En kort tagning där två män dricker öl vid kajkanten följer och en snabb kommentar av speaker-rösten: ”... tömma var det ja.” Männens sysslolöshet och alkoholkonsumtion framställs varken som något att förfasas över eller som ett socialt problem, utan används för att skapa en skämtsam poäng.

Även om skillnaderna mellan olika samhällsklasser lyfts fram i filmen framställs de varken som något att uppröras över eller som ett samhälleligt problem att åtgärda politiskt. Detta bör förstås i relation till kommunens avvaktande medverkan i projektet och till att filmen inte kan ses som ett sätt att presentera eller argumentera för en välfärdsstatlig politik. Den position kopplad till stadens klasskillnader och sociala utveckling som filmens röst, i Nichols termer, ger uttryck för kan i stället bäst beskrivas som konservativ. Klasskillnaderna tas för givna och som något som varken kan eller bör adresseras politiskt. I stället blir de något att skämta om och tillsammans med andra kontraster används de för att ge filmen ett visst underhållande värde. I sin studie av bolaget Dansk kulturfilm lyfter Thomson fram just hur humor i många beställningsfilmer användes som ett sätt att hålla åskådarens intresse vid liv i filmer som inte sällan befattar sig med relativt prosaiska ämnen.<sup>49</sup> Att *Staden vid Göta älv* uteslutande spelades in för att visas som förfilm på biograf kan säkert också förklara det återkommande bruket av humor och komiskt färgade jämförelser.

### Mellan svunna tider och nuet

Det andra motsatsparet som används i filmen och som framträder redan i dess inledning, är det historiska och det moderna. Relationen mellan tradition och modernitet har av Bengtsson och andra forskare lyfts fram som ett centralt tema i många lokala och regionala filmer från slutet av 1930-talet och några decennier framåt.<sup>50</sup> Enligt dem kännetecknas många av filmerna av en syntes mellan, å ena sidan, stadens eller bygdens traditioner och kulturhistoriska värden och, å andra sidan, moderniteten i form av expanderande industrier och det framväxande välfärdssamhället. Hur fungerar då spelet mellan historia och nutid i *Staden vid Göta älv*? På liknande sätt som stadens klasskillnader används kontrasten mellan det historiska, det upplevt föråldrade, och det nutida upprepade gånger på ett skämtsamt vis. I en kort scen från nybyggda kvarter i Masthugget, där barn syns leka i en plaskdamm, förklarar speakerrösten att ”funkisarkitekturen inte utesluter ett litet återfall i fiskelägesidyllen”. Lite senare, i en scen från torghandeln vid salutorget, kontrasteras sedan transportmedel i form av uppställda hästar och mindre lastbilar: ”Den här vyn vid salutorget uppfattar den bilburna nutidsmänniskan kanske som en fläkt från fordom. Men den är alldeles färsk! Precis som de morötter och den kål som här lastas av från pällarnas bensindrivna konkurrenter.” Här kan jämförelsen mellan hästarna och lastbilarna sägas fungera både som en kontrastering och som en analogi. Ett frekvent grepp i filmen, som används

på ett liknande sätt som kontrasterna, är just analogier och jämförelser mellan djur och människor och att djur och maskiner tillskrivs mänskliga egenskaper. I en tagning från en av dammarna i parken Slottsskogen syns två vuxna svanar och två svanungar och speakerrösten förklarar: ”Hela familjen lunchar”. Och i nästa tagning syns fem svanar, fyra vita och en svart: ”...och här kommer visst ett helt kompani med kapten i välsittande svart uniform”. Inte bara djur tillskrivs mänskliga egenskaper, utan även hamnens maskiner och arbetsredskap. I scenen från hamnen i filmens inledning förklarar speakerrösten, som tidigare nämnts, att ”kranarna står liksom på språng att börja tömma och fylla de väntande lastrummen på båtar från alla världens hörn”. I samma scen berättar speakerrösten också att ”på Götaverken som skymtar på andra sidan Göta älv sjunger nithammarna sin dånande melodi.”

Jämförelsen mellan djur och människor och greppet att ge djur, hamnkranar och nithammare mänskliga egenskaper bör förstås i relation till de modernistiska strömningarna inom poesi och visuella konstformer under 1920- och 1930-talen. Här ligger en jämförelse med Walter Ruttmanns emblematiske Berlin-film från 1927 närmast tillhands där just analogier och jämförelser återkommande görs mellan djur och människor och mellan det mänskliga och konstgjorda i den moderna metropolen.<sup>51</sup> Jämförelserna och de förmänskligade beskrivningarna av hamnens och varvens verksamheter i *Staden vid Göta älv* kan ses som uttryck för en fascination för det moderna och industriella. Det sker dock framför allt genom speakerröstens beskrivning än på en visuell nivå och här finns inte heller några mer utvecklade montagesekvenser i skildring av det moderna som skulle kunna jämföras med 1920- och 1930-talens storstadssymfonier.

I artiklarna i *Svenska stadsförbundets tidskrift* fanns en stark betoning på filmernas kulturhistoriska funktion och värde och också något av ett spänningsfyllt förhållande mellan moderniseringsprocessen och stadens historiska värden. I förarbetet kring såväl *Staden vid Göta älv* som flera av de filmer som lyfts fram i *Svenska stadsförbundets tidskrift* diskuterades det att utöver en huvudfilm även dokumentera kulturhistoriskt intressanta miljöer och låta detta filmmaterial bevaras hos kommunen. I den färdiga huvudfilmen *Staden vid Göta älv* finns också en påtaglig kulturhistorisk dimension. Även om det återkommande görs jämförelser mellan historien och nuet ligger filmens tyngdpunkt snarare på det historiska än på det moderna. Bilden av staden konstrueras i hög grad genom att ett antal historiska byggnader, statyer och monument lyfts fram vid namn i översiktliga tagningar och ges därmed en förankring i det fysiska stadsrummet.

Även om det historiska och moderna återkommande används för att skapa skämtsamma kontraster knyts de samman och når en mer högstämd syntes i filmens allra sista scen av solnedgången vid Carlstens fästning i kustsamhället Marstrand norr om Göteborg: ”en sista påminnelse om banden mellan svunna tider och nuet.” På liknande sätt som i konstruktionen av nationella identiteter betonas här historiens betydelse för den samtida lokala identiteten. Det är dock en annan typ av syntes mellan det traditionella och moderna än den som lyfts fram av bland annat Bengtsson, med en större tyngdpunkt på det historiska än på det moderna. Även om några nybyggda stadsdelar lyfts fram i filmen är stadens bredare moderniseringsprocess och den framväxande välfärdsstatens sociala reformer i det närmaste frånvarande. Precis som avsaknaden av en framåtsiktande politisk position kring stadens klasskillnader bör även detta kunna förklaras med drätselkammarens avvaktande hållning till projektet. Snarare än att beskrivas som progressiv i linje med den framväxande välfärdsstatens ideal kan filmens röst, återigen, bäst beskrivas som konservativ, där en stor vikt läggs på det historiska, från den närmast arkaiska fiskelägesidyllen i filmens första scen till Carlstens fästning i dess avslutning. Filmens betoning på historien bör också förstås i relation till den kulturella ambivalens inför den framåtskridande moderniteten som präglade det svenska 1930-talet. Denna ambivalens är en av utgångspunkterna för Habels avhandling, där hon bland annat lyfter fram att Sverige genomgick en relativt sen urbanisering och att många fortfarande identifierade sig med en lantlig livsstil, vilket kom att påverka inställningen till decenniets moderniseringsprocesser och politiska reformer.<sup>52</sup>

### Vyer, rumslighet och seendeakter

En återkommande topik i ett brett spektrum av stadsskildringar och representationer, från några av 1800-talets kanoniserade litterära verk till panoramamålningar, vykort och tidiga stadsfilmer, är panoramat eller vyn över staden. På liknande sätt inleds *Staden vid Göta älv* just med en panorerande tagning över staden, med stor sannolikhet gjord från utsiktspunkten på Ramberget på Hisingen. I den resterande delen av filmen återfinns flera liknande tagningar i fågelperspektiv, gjorda från topografiska höjder i stadslandskapet, naturliga utsiktspunkter som filmåskådaren/turisten själv kan besöka. Ett tydligt drag hos dessa tagningar är hur stadens rumslighet understryks genom relationen mellan bildmaterialet och speakerröstens beskrivning. Så till exempel i den avslutande tagningen från trähusbebyggelsen i filmens inledning, där kamerans rörelse ackompanjeras





Vy mot Skansen Kronan från Masthugget, stillbild ur *Staden vid Göta älv* (1938).

av speakerröstens beskrivning. Några minuter in i filmen, till en tagning i fågelperspektiv på den trädkantade Östra Hamngatan i stadens centrala delar, berättar speakerrösten på liknande sätt: "... Östra Hamngatan, som vi här tittar på ur ett perspektiv som gör rättvisa åt Göteborgs strävan att ge lummig grönska även åt stråken i centrum."

Många gånger förklaras också den rumsliga relationen mellan olika tagningar och scener, där det närmast går att följa i filmens spår på en karta. Några minuter in i filmen återfinns en scen med en vy från Masthugget. I bildens förgrund syns hustaken på den gamla arbetarklasstadsdelen och strax där bortom tornet till Oscar Fredriks kyrka. Speakerrösten förklarar: "När man ser ut över staden här uppifrån så hänger diset tungt över siluetterna av spiror och torn..." Kameran gör en panorering åt höger och ett rakt klipp sker till en ny tagning uppifrån Masthugget. I förgrunden syns nu ett järnräcke, en stenmur och på en höjd längre in, något till vänster, i bilden det gamla fästningsverket Skansen Kronan. Speakerrösten fortsätter: "... men i förgrunden framträder skarpt de massiva konturerna av Skansen Kronan, som inte längre är stadens värn i ofredstider men i stället en av dess pålitligaste utsiktspunkter...". Efter en kort tagning av fästningsverket i grodperspektiv följer en panorerande tagning i fågelperspektiv över stadsdelen Haga nedanför skansen: "De

närmaste kvarteren vänder mest gavlar och gårdar till...". Kameran tilar i en uppåtgående rörelse och speakerrösten fortsätter "... men bortom Nya Alléns bälte av grönska skymtar redan det Göteborg som Gustav II Adolf grundade" och en övertoning sker till statyn av Gustav II Adolf vid torget med hans namn.

Det är påtagligt hur stadens naturliga topografi utnyttjas i scenen. Speakerrösten förklarar olika element i bildens komposition, vad åskådaren kan se från utsiktspunkterna och därtill den rumsliga relationen mellan de filmade platserna. Samtidigt finns det i denna scen, och vid några andra tillfällen, en viss dissonans mellan den seendeakt som speakerrösten beskriver och det som faktiskt syns i bild. Så till exempel i övergången från tagningen från Skansen Kronan till Gustaf Adolfs torg. Speakerrösten förklarar att bortom Nya Alléns trädallé går de äldsta delarna av staden att se. Men kameran har bara rört sig så att en liten flik av träden på allén syns högst upp i bild, innan övertoningen till statyn på Gustaf Adolfs torg sker. Lite längre in i filmen, till en tagning med lågt placerad kamera av Västra Hamngatan, stämmer det av speakerrösten beskrivna perspektivet inte alls överens med det som kamerans placering faktiskt skapar: "När man ser *ner* på Västra Hamngatan gissar man inte att det bara är några årtionden sedan även den var kanal." Det är som att det i manuset och i den text speakerrösten läser upp finns en idé om kamerans placering och vad som syns från en viss plats, men att detta inte gick att fånga med den tunga och otympliga kamerautrustningen, alternativt att de tagningar som genomfördes inte utfördes tillräckligt noggrant för att stämma överens med denna idé. Om detta hänger samman med det pressade tidsschemat och de finansiella svårigheter regissören Holmgren befann sig i under inspelningen är svårt att veta.

En av de viktigaste kvaliteterna hos det Gunning kallar vyns estetik, som han menar var själva urformen för den tidiga icke-fiktiva filmen, var hur den inte bara syftade till att presentera en plats eller händelse, utan också det sätt på vilket den efterliknade själva seende- eller observationsakten.<sup>53</sup> Detta är också något som flera av de ovan diskuterade exemplen pekar på. Utöver scenerna som är filmade från utsiktspunkter och naturliga höjder i staden återkommer ett flertal ytterligare scener som bär spår av vyns estetik. Speakerrösten använder just ordet "vy" när han beskriver tagningen med uppställda hästar som han sedan sätter i kontrast till moderna fordon. Upprepade gånger lyfts enskildheter i staden fram på ett skämtsamt sätt, ett slags vyer eller stadens mikrohistorier som på ett närmast slumpartat vis förefaller ha fångat kamerans intresse, som om kameran var en självständig aktör som rört sig genom staden. Så till exempel i

scenerna där speakerrösten gör skämtsamma analogier mellan människor och djur eller när kameran upptäcker artister som badar i bassängerna på Liseberg efter att nöjesparken har stängt för kvällen.

### Detaljer, syntes och dokumentära strategier

Även om den extradiegetiska manliga speakerrösten intar en central position i filmen kan den alltså inte fullt ut sägas kännetecknas av det Nichols kallar ett expositoriskt modus. Tagningarna fungerar inte bara som ett sätt att understödja speakerröstens argumentation. Speakerrösten förklarar också vad som syns i bild, och tagningarna kan upprepade gånger ses som vyer i Gunnings bemärkelse. Ett genomgående drag är också hur speakerrösten namnger den aktuella platsen och ett antal specifika historiska byggnader, statyer och monument i staden. En av de invändningar som framfördes i drätselkammaren mot det föreslagna manuset till filmen var att det var alltför detaljrikt och saknade ”en syntes av stadens liv”.<sup>54</sup> Är det något som är påtagligt med den färdiga filmen, som till stor del följer det föreslagna manuset, är det just en markant detaljrikedom. Bristen på en bredare syntes syns inte bara i sättet som de olika tagningarna är gjorda på och hur det som syns i bild presenteras av berättarrösten, utan också i vad som lyfts fram, där detaljer och enskildheter ofta står i fokus.

De två orden ”detaljrikedom” och ”syntes” kan jämföras med två pooller inom den dokumentära filmens representationsstrategier och de ofta refererade begreppen *show* och *tell*, det vill säga om filmen i de enskilda tagningarna visar upp något eller om de enskilda tagningarna snarare underordnas ett större retoriskt narrativ.<sup>55</sup> Begreppsparet kan också jämföras med skillnaden mellan den äldre aktualitetsfilmen, kännetecknad av vyns estetik, och den dokumentärfilm som etablerades under 1920- och 1930-talen. När John Grierson lanserade termen dokumentärfilm gjorde han det just i kontrast till den tidigare aktualitetsfilmen.<sup>56</sup> Att *Staden vid Göta älv* bär spår av vyns estetik ligger i linje med Zimmermanns argument att beställningsfilm ofta kan upplevas som föråldrad om den jämförs med mer påkostade produktioner från samma period.<sup>57</sup> Trots att den dokumentära filmen i Griersons anda fick allt större genomslag under 1930-talet fortsatte enligt Zimmermann många beställningsfilmer långt in under decenniet att bruka vyns estetik. Dokumentärfilmen i Griersons mening bör förstås som ett medel i det välfärdsstatliga projektet under 1930-talet. Att *Staden vid Göta älv* kan upplevas som föråldrad och knyter an till äldre dokumentära former, bör därför förstås i relation till kommunens tillbakadragna roll i dess tillkomstprocess. Filmens röst beskrivs bäst

som konservativ och den kan i liten utsträckning förstås som ett styrningsmedel inom den framväxande välfärdsstaten.

### Distribution, mottagande och den lokala publiken

Efter premiären i Stockholm visades *Staden vid Göta älv* under några veckors tid i Göteborg, som förfilm till *Två år i varje klass* och som del av ett kortfilmsprogram. Under den första veckan visades den även nonstop mellan klockan 13 och 18 på en av biograferna.<sup>58</sup> I *Göteborgs-Posten* kallades filmen ”... en både vacker och vederhäftig skildring av Göteborg som vid premiären fick en spontan applåd.”<sup>59</sup> I *Göteborgs Handels- och Sjöfartstidning* förklarades på liknande sätt att: ”applåder hälsade Per G. Holmgrens länge bebådade Staden vid Göta älv”.<sup>60</sup> Trots att filmen i första hand var tänkt som en turistfilm och att stadens invånare aldrig skrevs fram som målgrupp, väckte den alltså intresse och entusiasm hos den lokala publiken, som fick ta del av stadsbilder som framför allt var ämnade för turister och besökare utanför staden. Här syns den diskrepans som ibland uppstår mellan syftet och de tänkta målgrupperna för en viss beställningsfilm och det sätt den i slutändan mottas på. I det här fallet verkar det också ha funnits en liknande fascination för att se den egna staden i rörlig bild som den som kännetecknade många lokala filmer under det tidiga 1900-talet. I sin analys av Svenska Bios stadsfilmer diskuterar Snickars liknande frågor kring de officiella stadsidentiteter som konstruerades i detta slags filmer i relation till den publik som faktiskt såg dem.<sup>61</sup> Trots att filmerna sällan visades i andra städer än den där de spelades in, att en stor del av publiken kom från arbetarklassen, och att en stor del av filmernas attraktion låg i förhoppningen om att kunna se den egna staden porträtteras, skildrade de i stor utsträckning ett officiellt stadsrum som var kodat av tidens klassamhälle. Filmerna lyfte i hög grad fram liknande platser och stadsrum som i samtida vykort och guideböcker snarare än de miljöer där majoriteten av filmernas publik bodde, arbetade och vistades. En liknande tendens syns i *Staden vid Göta älv*. Visst syns arbetet i hamnen och några av stadens arbetarklasstadsdelar, men framför allt skildras ett officiellt stadsrum, där de mer välbesuttnas bostadsområden snarare än arbetarklassmiljöerna presenteras med namn.

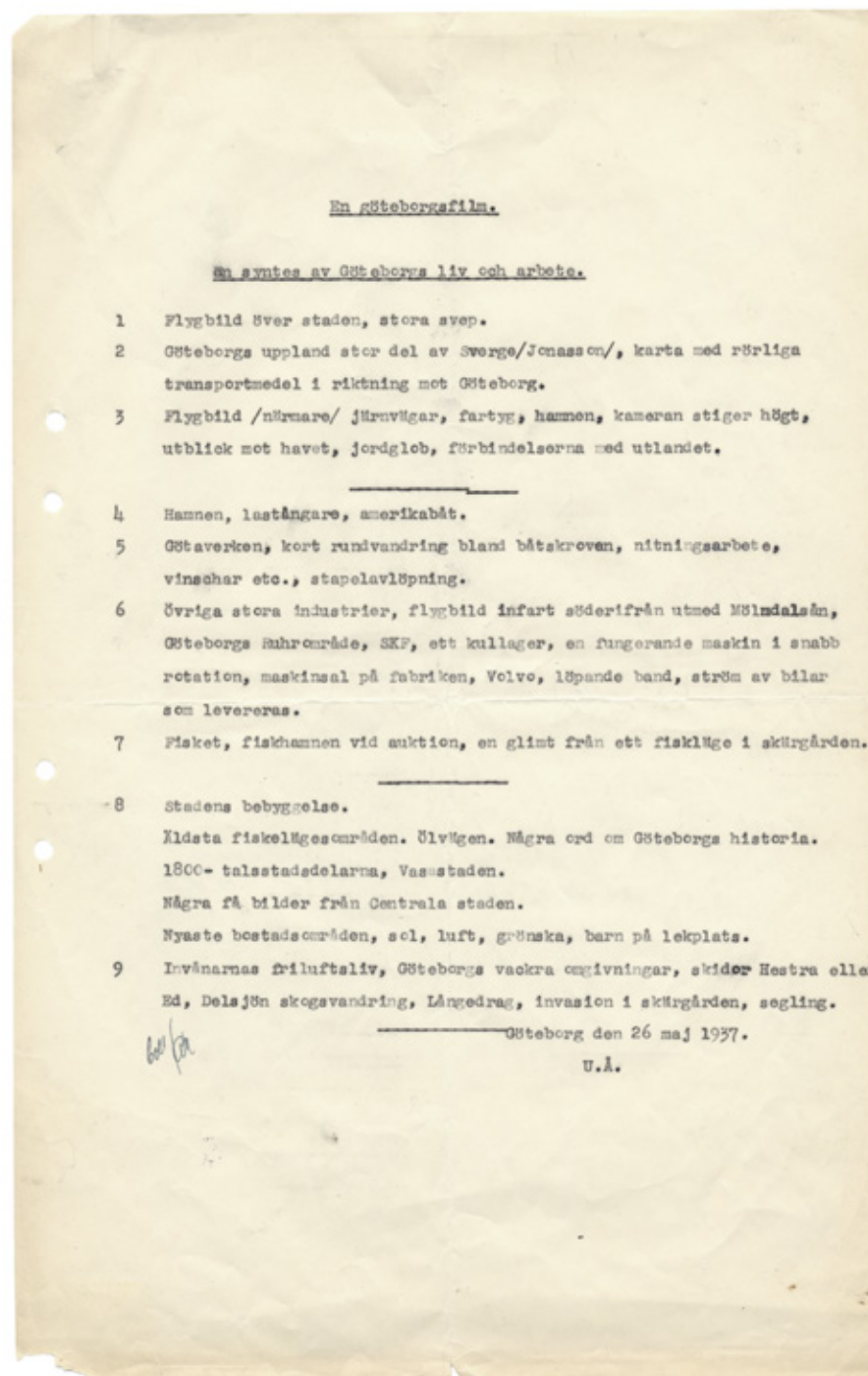
Filmen visades som planerat också på bio i andra städer runt om i Sverige och omnämns i några dagstidningars recensioner av huvudfilmen.<sup>62</sup> Även i *Biografbladet* lyfts den fram som ett exempel på ny svensk kortfilm i tidskriftens återkommande genomgång av den aktuella biografrepertoaren.<sup>63</sup> Under slutet av 1940-talet fanns filmen även listad i

bolaget Svensk Kulturfilms katalog över 16mm-filmer.<sup>64</sup> Filmen hyrdes ut för nio kronor och benämndes kort och gott som ”en film om Göteborg” och likt de andra filmerna i katalogen angavs varken filmens regissör eller andra produktionsuppgifter.<sup>65</sup> Trots att den i första hand producerades för visning på biograf, fick den alltså efter ett drygt decennium en viss distribution till visningskontexter vid sidan om biografen. Filmen distribuerades även internationellt och fanns tillgänglig för biografvisning i USA som en *Informational film* under början av 1940-talet.<sup>66</sup> Omständigheterna kring denna distribution har varit svåra att kartlägga, men det kan noteras att filmen sägs ge ”pleasant views of the city of Gothenburg”, vilket ligger i linje med diskussionen ovan om att filmen i delar kännetecknas av vyns estetik.<sup>67</sup>

### Den funktionalistiska staden:

#### Stadsplanechefens förslag

I turisttrafikföreningens bevarade material kring *Staden vid Göta älv* sticker ett dokument ut: ett kortfattat synopsis till en stadsfilm över Göteborg författat av Uno Åhrén, en av funktionalismens ledande företrädare i Sverige och vid tidpunkten stadsplanechef i Göteborg.<sup>68</sup> Enligt stadskamreren Gösta Parment, som skickade Åhréns synopsis till turisttrafikföreningen, innebar det ”ett kraftigt grepp om det väsentliga i stadens liv” och kunde kanske vara värt att ta i beaktande i relation till den film om staden som skulle spelas in under sommaren.<sup>69</sup> Att undertiteln till Åhréns synopsis lyder ”En syntes av Göteborgs liv och arbete” är intressant i relation till den kritik som drätselkammaren framförde mot Holmgrens manus till *Staden vid Göta älv* och till diskussionen ovan om hur Göteborg representeras i filmen. Åhrén tar ett annat grepp om staden än Holmgren. I stället för att börja i ett äldre, idylliskt Göteborg ger sig Åhrén direkt i kast med industri- och hamnstaden och dess förbindelser med omvärlden. Den första av tre delar i förslaget börjar med en ”Flygbild över staden, stora svep”, sedan ”Göteborgs uppland stor del av Sverige” och ”karta med rörliga transportmedel i riktning mot Göteborg” och slutligen ”Flygbild/närmare/ järnvägar, fartyg, hamnen, kameran stiger högt, utblick mot havet, jordglob, förbindelserna med utlandet”. I den andra delen flyttas fokus till en mer detaljerad studie av hamn- och varvsverksamheten och stadens industrier. I den tredje och sista delen av förslaget står stadens bebyggelse i fokus från ”Äldsta fiskelägesområden. Ölvägen. Några ord om Göteborgs historia. 1800-talsstadsdelarna. Vasastaden.” via ”Några få bilder från Centrala staden.” till ”Nyaste bostadsområden, sol, luft, grönska, barn på



Synopsis till en film om Göteborg författat av Uno Åhrén 1937.



lekplats.” Förslaget avslutas med ”Invånarnas friluftsliv”, ”Göteborgs vackra omgivning” och ”invasion i skärgården, segling”.

Även om många teman, motiv och platser återkommer både i Åhréns föreslagna film och i *Staden vid Göta älv*, finns det betydande skillnader, inte minst i filmernas övergripande komposition. För det första får det historiska perspektivet, som är tydligt framträdande i *Staden vid Göta älv*, ett mer begränsat utrymme i Åhréns synopsis. För det andra ligger fokus i Åhréns manus på kommunikationerna och transportvägarna till Göteborg, stadens förbindelser med andra delar av Sverige och av världen, visuellt representerade i form av en jordglob och en karta med rörliga transportmedel. Även om avlastningen av varor från båtar ”från världens alla hörn”, färjorna till Danmark och kryssningsbåtarna över Atlanten lyfts fram i *Staden vid Göta älv*, så sker ingen illustration till dessa flöden på en visuell nivå. Åhréns synopsis kan i stället närmast ses som en illustration av hur hamn- och industristaden hänger samman med det ekonomiska systemets nationella och internationella flöden och den fordristiska stadens ambition att styra dem.

Den tänkta filmen kännetecknas således av en större argumenterande helhet kring stadens utveckling och kan på många sätt ses som en illustration av den fordristiska stadens och funktionalismens rumsliga ideal. Om det i *Staden vid Göta älv* finns en rumslig närhet mellan olika aktiviteter och verksamheter präglas Åhréns manus i stället av en rumslig och tematisk uppdelning av olika funktioner och praktiker i staden. Om storskalighet, det planerade och ordnade, och en separation av stadens olika funktioner präglade den framväxande funktionalismen och Åhréns manus, kännetecknas *Staden vid Göta älv* snarare av det oordnade, slumpmässiga och partikulära.

Att döma av drätselkammarens invändningar mot Holmgrens manus borde Åhréns synopsis ha legat mer i deras smak. Även om Åhréns synopsis är intressant som en inblick i synen på filmmediet hos en av funktionalismens ledande företrädare, är det svårt att veta motivet till att han skrev det. Det är möjligt att han hade läst Holmgrens manus och ville formulera ett alternativ. Det bör också påpekas att Åhréns föreslagna film hade krävt en mer omfattande budget än de medel som avsattes för *Staden vid Göta älv*, med flygbilder och beskrivningar som ”karta med rörliga transportmedel i riktning mot Göteborg”, vilket krävt någon form av animationer. Men jämförelsen mellan *Staden vid Göta älv* och Åhréns föreslagna manus visar trots allt på signifikanta skillnader som kan förstås i relation till den framväxande fordristiska och funktionalistiska stadens principer och tankegodis. Där *Staden vid Göta älv* på många sätt pekar bak-

åt i sitt sätt att representera staden, pekar Åhréns manus i stället framåt, mot den nya tidens urbana ideal och dokumentära representationsformer.

### Demokratisk fostran och pastoral makt:

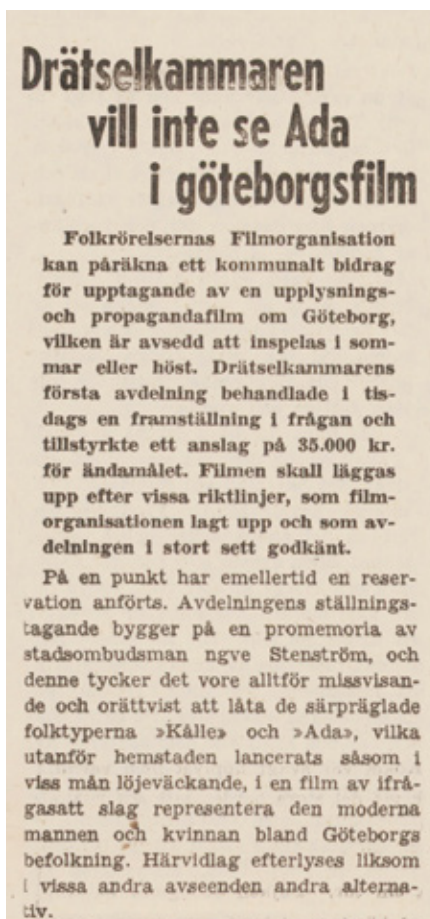
#### *Sveriges port mot väster/Staden vid Västerhavet (1946)*

Filmen är ett av vår tids effektivaste propaganda- och upplysningsmedel. Filmen ger underhållning och förströelse samtidigt som den kan föra fram en tendens, som man vill skall nå de stora medborgargrupperna. Såväl stat som kommuner har utnyttjat den good will som filmen i sig själv har hos de breda folklagren för att sprida upplysning om vitala och gemensamma intressen.<sup>70</sup>

På det här sättet inleds en skrivelse från arbetarrörelsens filmbolag Filmö till drätselkammaren i Göteborg i april 1945. De två första meningarna i citatet verkar ha varit en stående programförklaring för bolaget och var ett återkommande motto i bolagets tidskrift *Filmfönstret* som startades året efter.<sup>71</sup> Den tredje meningen bygger upp en grund för det nu aktuella ärendet: att undersöka intresset att med hjälp av lämpliga myndigheter i Göteborg producera en 30 till 40 minuter lång ”upplysnings- och propagandafilm” om staden. Skrivelsen inkluderade en skiss till den tänkta filmen som organisationen såg framför sig skulle få en lång rad målgrupper och användningsområden. Den viktigaste målgruppen var stadens invånare: ”som här får lära känna sin stad, får en inblick i den kommunala förvaltningen och [...] svar på frågan vad får vi för kommunalskatten? Filmen blir därigenom ett stärkande band mellan staden och dess invånare”.<sup>72</sup> Filmen skulle också kunna användas i stadens skolor, där barnen ”på ett underhållande sätt lär känna staden och det arbete som utföres för att skapa goda förhållanden för barn och vuxna”.<sup>73</sup> Även skolor runt om i Sverige skulle kunna använda filmen som en del av geografundervisningen. Huvudfilmen skulle sedan kunna redigeras om till en 15 minuter lång kortfilm för visning på biograf och på så sätt kunna göra reklam för staden runt om i landet. Den kortare versionen skulle även kunna visas vid olika föreningars och semesterorganisationers sammankomster. Slutligen skulle filmen genom att förses med engelskt tal kunna få internationell distribution, främst till England och Amerika, där bolaget etablerat samarbeten under kriget och där det enligt bolaget fanns ett stort intresse för filmer om det sociala arbetet i Sverige.

Kostnaden för filmen beräknades till 35 000 kronor och då utgick organisationen från att filmen ”ska bli av så hög kvalitet att den kan jämföras både konstnärligt och tekniskt med de bästa amerikanska kortfilmerna.”<sup>74</sup>





Arbetartidningen rapporterar om förarbetet till *Sveriges port mot väster/ Staden vid Västerhavet* (1946).

Visserligen skulle det gå att framställa filmen till en lägre kostnad, men för att den skulle få uppmärksamhet även i utlandet var det enligt bolaget av vikt att producera en film av så hög kvalitet som möjligt. Beloppet motsvarar drygt 750 000 kronor i 2020 års penningvärde och filmens budget framstår i jämförelse med andra kortfilmsproduktioner från samma tid som omfattande.<sup>75</sup> Drätselkammaren var i stort sett positiv till det inkomna förslaget och argumenterade för att filmen skulle ”kunna få ett betydande reklamvärde, skänka den nuvarande generationen en fördjupad inblick i det moderna samhällets organisation och sociala struktur och vidgad förståelse för viktiga samhällssträvanden och för samhällets uppgifter över huvud.”<sup>76</sup> Den skulle enligt drätselkammaren även kunna få ett kulturhistoriskt värde för kommande generationer. Drätselkammaren ansåg även att Filmos föreslagna manus utgjorde en acceptabel utgångs-

punkt. Vissa ändringar skulle dock behöva göras och man ställde sig till exempel frågande till att använda de göteborgska typerna ”Källe” och ”Ada” i filmen:

Att låta de särpräglade folktyperna ”Källe” och ”Ada”, som utanför hemstaden lanserats såsom i viss mån löjeväckande, i en film av här ifrågasatt slag representera den moderna mannen och kvinnan bland Göteborgs befolkning är uppenbarligen alltför missvisande och orättvist för att komma ifråga.<sup>77</sup>

Drätselkammarens skepsis mot att använda Källe och Ada i filmen lyfts också fram i ett referat om diskussionerna om filmprojektet i *Arbetartidningen*.<sup>78</sup>

I linje med drätselkammarens rekommendation avsatte stadsfullmäktige 35 000 kronor för projektet, med rätt för drätselkammaren både att göra ändringar i den föreslagna planen och att även förhandla med andra filmbolag kring inspelningen av filmen.<sup>79</sup> Drätselkammaren tillsatte en särskild arbetsgrupp för projektet, med två externa medlemmar i form av regissören Knut Ström från Göteborgs stadsteater och Otto Thulin från Göteborgs historiska museum. Efter granskning av förslag från andra filmbolag godtog arbetsgruppen till slut Filmos förslag. Att stadsfullmäktige i Göteborg beslutat om en ny upplysnings- och propagandafilm för staden rapporterades också av *Svenska stadsförbundets tidskrift* som återigen lyfte fram det som en del av en bredare trend bland svenska städer att producera dylika filmer.<sup>80</sup> I jämförelse med de övriga exempel som lyfts fram i tidskriftens genomgång framstår filmprojektet i Göteborg som det mest omfattande både när det gäller budget, längd och användningsområden för filmen.

### Demokratisk fostran och skattepropaganda

I motsats till drätselkammarens och stadsfullmäktiges avvaktande engagemang i förarbetet kring *Staden vid Göta älv* intog de nu en betydligt större och aktivare roll. För det första när det gäller finansieringen. Drätselkammaren stod efter beslut i fullmäktige för hela produktionskostnaden och det fanns inte några diskussioner om att försöka få andra intressenter att vara med och finansiera filmen. För det andra när det gäller de diskussioner som fördes kring filmen och den kommitté med inlånad kompetens från stadens kulturinstitutioner som tillsattes för att utreda frågan. Genom drätselkammaren kan kommunen därmed på ett tydligt sätt förstås som filmens beställare (*Auftraggeber*). När det gäller filmens *Anlass* och *Adressat*

producerades den med ett flertal olika syften och målgrupper. Den viktigaste målgruppen var dock stadens invånare, inkluderande såväl vuxna som barn, och filmen hade ett flertal olika syften mot denna målgrupp.

Ett grundläggande syfte var att upplysa invånarna om den kommunala service de fick för den skatt de betalade och på så vis upprätthålla invånarnas skattemoral. Kåring Wagman lyfter fram hur det i en lång rad svenska städer producerades reklam och propaganda för att betala skatt under 1940-talet och även i *Svenska stadsförbundets tidskrift* diskuterades frågan om kommunal skattepropaganda.<sup>81</sup> Detta hänger samman med att skatten fram till 1947 inte drogs direkt på lönen, utan skulle betalas in separat tre gånger om året.<sup>82</sup> Även om kommunalskatten var obligatorisk, var det svårt att kontrollera att den faktiskt betalades in som den skulle. I Göteborg ska drätselkammaren redan 1941 ha planerat att spela in en kortfilm med syfte att förbättra inbetalning av den kommunala skatten.<sup>83</sup> I början av 1945 fattade stadskollegiet även beslut om att kommunen skulle ge ut en tidskrift med samma ändamål för kostnadsfri distribution till alla hushåll i staden.<sup>84</sup>

Utöver att sprida upplysning om kommunens organisation och den välfärdsstatliga servicen syftade filmen även till att skapa förståelse för samhällets bredare uppgifter och till att stärka den lokala identiteten. Med hjälp av filmen skulle invånarna kunna lära känna sin stad bättre och därigenom skulle relationen och gemenskapen mellan kommunen och dess invånare stärkas. Utifrån en analys av den befolkningsdebatt som makarna Myrdals bok *Kris i befolkningsfrågan* var en del av och den omtalade utställningen Fritiden i Ystad 1936, har idéhistorikern Petter Tistedt argumenterat för den centrala roll som skapandet av välinformerade och samhällsengagerade medborgare spelade i det demokratiska och socialreformistiska projektet under 1930-talet.<sup>85</sup> Liknande aspekter av det demokratiska projektet under 1940-talet pekar Kåring Wagman på: "Den upplysta demokratiska medborgaren ställdes mot den obildade undersåten i en diktatur. Många politiker såg med oro på den ökade reklamen och propagandan och ville 'immunisera' befolkningen för att den inte skulle anamma fel budskap."<sup>86</sup> I sin analys av *Tidningen Stockholm*, som startades 1942 och främst riktade sig till stadens invånare, argumenterar Kåring Wagman dock för att satsningarna för att sprida information om den kommunala demokratin under 1940-talet inte ska förstås som ett genuint intresse för att skapa dialog, medbestämmande och aktiva medborgare, utan snarare som ett medel för att skapa lojalitet från invånarna gentemot kommunen.<sup>87</sup> Den filmsatsning som här diskuteras kan på liknande sätt ses som ett styrningsmedel där mediets populära ställning

skulle utnyttjas för att legitimera och skapa kunskap om den välfärdsstatliga och kommunala politiken hos stadens invånare via skolan och andra lokala visningskontexter.

En viktig skillnad mellan det nya projektet och *Staden vid Göta älv* är också de bolag som initierade och sedan producerade respektive film. Till skillnad från enmansbolaget C. G. Johnson som, tillsammans med Per G. Holmgren, tog initiativ till den tidigare filmen var Filmö ett nationellt täckande bolag grundat av arbetarrörelsen. Enligt egen utsago producerade Filmö ett brett spektrum av filmer: "upplysnings-, propaganda-, reportage-, kongress-, reklam- och industrifilmer" på såväl normal- och smalfilm.<sup>88</sup> Detta inkluderade bland annat olika former av stads- och regionfilmer, filmer om arbete, bostadsbyggande och andra välfärdsfrågor, samt ämnen kopplade till fackförenings- och arbetarrörelsen. När det gäller filmer med koppling till Göteborg producerade bolaget 1939 en film om HSB:s bostadsbyggande i staden och inför valen 1942 och 1946 valfilmer för SAP i Göteborg.<sup>89</sup> Filmö producerade således filmer både på beställning av SAP i Göteborg och av Göteborgs stadsfullmäktige i vilket SAP hade 30 av de 60 mandat.<sup>90</sup> Här bör de starka banden mellan kommunen, SAP i Göteborg och den lokala och nationella arbetarrörelsens mediala praktiker understrykas.<sup>91</sup> I kontraktet till den här diskuterade filmen stipulerades det också att bolaget hade rätt att återanvända tidigare inspelat material i den nya filmen och vid en enklare kontroll verkar också några tagningar ha använts i såväl de två valfilmerna som i det här diskuterade projektet.<sup>92</sup>

Kommunens engagemang i projektet, de syften med vilka filmen producerades och Filmös roll inom den svenska arbetarrörelsen gör att filmen bör förstås i en bredare internationell kontext av offentligt understödd produktion av dokumentärfilm under 1930- och 1940-talen. Precis som hos den brittiska dokumentarismen var filmen ett medel i arbetet för att skapa acceptans för välfärdsstatens reformer, samt upplysta och välinformerade medborgare. Relationen till samtidens internationella filmströmningar understryks också av det förmodade intresset från andra länder för en film av det skisserade slaget. Att det fanns ett internationellt intresse för filmer om de skandinaviska välfärdssystemen under åren precis efter kriget lyfter även Thomson fram i sin analys av filmserien *Social Denmark* som producerades under slutet av 1940-talet, där hon också diskuterar de faktiska kontakterna och utbytet mellan bolaget Dansk kulturfilm och representanter för den brittiska dokumentärfilmsrörelsen.<sup>93</sup>

Precis som diskuterades under förarbetet producerades två versioner av filmen med olika längd. Först en 36 minuter lång version med titeln *Sveriges port mot väster* och sedan en 14 minuter lång version med titeln *Staden vid Västerhavet*. I Filmos katalog presenteras de två versionerna av filmen efter varandra för uthyrning på både normal- och smalfilm till en kostnad av 10 kronor.<sup>94</sup> Trots att Niklas Skoglund lyfts fram som regissör i båda versionerna av filmen är detta inte något som anges i katalogen. Det anges inte heller att filmerna producerats på beställning av Göteborgs drätselkammare och stadsfullmäktige. I en kort presentation av *Staden vid Västerhavet* och dess produktionsuppgifter i tidskriften *Biografägaren*, i samband med att den hade premiär som förfilm på bio, anges däremot att filmen producerats på beställning av Göteborgs stad.<sup>95</sup> Även i Svensk Filmdatabas anges Göteborgs stad som beställare till båda versionerna av filmen. Detta är dock inget som anges i själva filmerna eller som diskuteras i dagstidningarnas korta kommentarer om *Staden vid Västerhavet*.

I det följande analyseras hur ambitionerna med projektet tar sig uttryck i den faktiska filmen. Vem framstår som filmens avsändare? Hur tilltalas åskådaren? Hur representeras staden, dess invånare och kommunens välfärdsstatliga satsningar? Hur kan detta förstås i relation till kommunens engagemang i projektet och Filmos roll inom den svenska arbetarrörelsen? Analysen tar i första hand utgångspunkt i den längre huvudfilmen, som framför allt riktade sig till stadens invånare. Därefter diskuteras också den kortare versionen som visades som förfilm på biograf, men som alltså även fanns tillgänglig för uthyrning direkt från Filmo.

### **Sveriges port mot väster**

I Filmos katalog beskrivs den längre versionen av filmen, *Sveriges port mot väster* på följande vis:

Här får åskådaren en omfattande bild av dagens Göteborg – hamnstad och kulturstad. Det sociala Göteborg får här sin rätta belysning och västkustmetropolens andliga liv presenteras bl. a. från Stadsteatern och Konserthuset – liksom idrotten får sin beskärda del.<sup>96</sup>

Filmen inleds med förtexter och ett kort anslag från Göteborgs hamn. De livfulla tagningarna ackompanjeras av ett storslaget musikaliskt arrangemang med blåsorkester i marschtakt i linje med samtida populärfilmsmusik. Efter anslaget inleds filmen precis som *Staden vid Göta älv* i ett lugnt och idylliskt äldre Göteborg: enkla trähus, kullerstensgator, ljus och växtlighet under en ljum sommardag. Några få enstaka personer syns i de

olika tagningarna: en brevbärare, några barn och åldringar. De sparsamt befolkade tagningarna sätts sedan i kontrast mot mer livliga översiktliga tagningar av människor och fordon i rörelse från bland annat Järntorget och Kungssportsplatsen. Det hela ramar in av en manlig, ej namngiven, speakerröst som betonar stadens arbete med att bevara de historiska miljöerna och samtidigt arbeta för stadens modernisering och utveckling. Med avstamp från grundaren Gustav II Adolfs torg ges sedan en relativt detaljerad beskrivning av Göteborgs historia och ett antal av stadens historiska byggnadsverk, som till exempel Älvsborgs fästning, skansarna Kronan och Lejonet, Gathenhielska huset och kanalerna innanför vallgraven. Sedan presenteras den moderna stadens centrum och i en ganska lång och okommenterad scen skildras ett möte i stadsfullmäktige där frågan om småhusbebyggelse i stadsdelen Utby diskuteras. Efter mötet presenteras nybyggnationerna i bland annat Utby, med möjlighet till boende i lantlig miljö nära den moderna storstadens utbud, och sedan den burgna villastaden Lorensberg från 1920-talet, det funktionalistiska Johannebergs-området och det framväxande Guldheden i dess närhet. Därefter föredras byggandet av pensionärshem i stadens egen regi, där man med närheten till lummig grönska vill att de gamla skall ”njuta sin ålders höst som en ljus och bekymmersfri helgdag.”

Efter detta följer en tur med turistbåten Paddan genom kanalerna i den centrala staden, där några av de historiska byggnaderna och platserna längs med båtens väg presenteras, så som Gustaf Adolfs torg, Christina kyrka, och Göteborgs museum i Ostindiska huset. Sedan skildras folklivet och affärsverksamheten i fiskhamnen och på fiskauktionen, Amerikabåtarnas ankomst och avfärd och arbetet i hamnen, dit exportföretagens produkter kommer ”för att kanske bytas mot Englands kol, Amerikas bomull, Medelhavets apelsiner eller kanske Brasiliens kaffe.” Det påpekas att hamnens kajer är mer än en mil långa och har 170 lyftkranar, men ändå är i behov av utbyggnad. Hamnens äldre segelbåtar lyfts fram som ett tacksamt motiv som ”lockar både målare och fotografer”. Tillbaka på turistbåten passeras den pittoreska kommersen i och utanför ”Feskekörkan”, som den enligt speakerrösten kallas av göteborgarna. Stadens stora industrier Volvo och SKF presenteras, där företagets ingenjörsmässiga tillverkning och den internationella exporten av bilar och kullager understryks. Sedan skildras ytterligare några av stadens 400 industriföretag och delar av stadens grundläggande infrastruktur, som energi- och vattenförsörjningen. Från Delsjöarnas fritidsområden introduceras några av den centrala stadens grönområden, så som Trädgårdsföreningen och Slottsskogens rekreation och djurliv. Från Masthuggsberget bjuds ”nya



bilder av det ständigt växlande Göteborg”. En detaljerad beskrivning ges av båtbyggande vid Chalmers tekniska högskola och sedan följer en omfattande skildring av verksamheten vid stadens tre stora varv, Eriksberg, Lindholmen och Götaverken.

Nästa tema behandlar hur staden sörjer för föräldralösa barn och sedan skildras Sahlgrenskas sjukhusområde, i ständig utvidgning. En lång presentation av badresor för stadens barn ut till havet vid Askim under sommaren följer, där en ”fri och otvungen anda” härskar. Stadens skolverksamheter presenteras, med lek, idrott och ”lärdom för livet”, i såväl teoretiska som praktiska ämnen, och en hälsovård med regelbundna hälsokontroller, tandläkarbesök och särskilda egna klasser för särskilt ”klen barn”. Stadens brandkår presenteras, och sedan läggs fokus på idrottsliv och internationella friidrottstävlingar på Slottsskogsvallen. Filmen avslutas sedan med en presentation av Göteborgs kulturinstitutioner kring Götaplatsen. Flera verk av Carl Milles lyfts fram, inklusive statyn av Poseidon på Götaplatsens mitt, och sedan de tekniskt avancerade scenlösningarna på stadsteatern. I konserthuset får åskådaren därefter lyssna till ett stycke från en repetition med dess symfoniorkester, med vad som förefaller vara direktupptaget ljud. Musiken skiftar från diegetisk till icke-diegetisk och ligger kvar på ljudspåret under den resterande delen av filmen. Till ett montage av tagningar från olika delar av staden och dess verksamheter rundar speakerrösten av filmen innan den avslutas med tagningar från fartyg och båtar på väg ut ur stadens hamn och vidare ut mot havet.

### Audiovisuella strategier

Redan i inledningen av *Sveriges port mot väster* syns tydliga skillnader mot *Staden vid Göta älv*. En första skillnad gäller musiken och den enkla och folkligt populära dragspelsvalsen kontra det större musikaliska arrangementet. I sina studier av industrifilm respektive HSB:s filmproduktion argumenterar Björkin och Vesterlund för att det under 1950- och 1960-talen var vanligt att producenter av beställningsfilm försökte appellera till den tänkta publikens medievanor genom att använda stilgrepp som den kunde tänkas vara bekant med från sin privata filmkonsumtion.<sup>97</sup> Valet av musik i inledningen av *Sveriges port mot väster* kan på liknande sätt ses som ett försök att ge filmen ett påkostat och modernt intryck och att knyta an till den vane biobesökarens smak för samtidens populära filmer. Den omfattande budgeten för filmen motiverades med att den estetiskt och tekniskt skulle kunna jämföras med de bästa amerikanska kortfilmerna.

Flera scener i de båda versionerna av filmen visar också på en viss formmässig ambitionsnivå, exempelvis i övergången från scenen i konserthuset till det avslutande montaget av tagningar och färden ut genom hamnen. Ibland ger filmen dock ett slarvigt och tekniskt okunnigt intryck. Ett återkommande grepp är användandet av så kallade *wipes* i övergången mellan olika tagningar, där den nya tagningen gradvis ersätter den gamla, antingen med raka vertikala snitt eller i form av olika visuella mönster. Greppet kan, precis som den inledande musiken, tänkas ha varit ett sätt att försöka vara i takt med formspråket i samtida populärfilm. Samtidigt överanvänds det. I klassiskt filmberättande, före 1960, användes *wipes*, tillsammans med övertoningar och in- och uttoningar, ofta som ett sätt att markera övergången mellan temporalt åtskilda tagningar eller scener.<sup>98</sup> Här används det dock upprepade gånger inom samma scen på ett sätt som framstår som omotiverat och inkonsekvent. I sin analys av Erik ”Hampe” Faustmans filmer under 1940- och början av 1950-talet, vilket bland annat inkluderar *När ängarna blommar* som *Staden vid Västerhavet* var förfilm till, noterar Vesterlund också ett relativt frekvent användande av *wipes*.<sup>99</sup> Vesterlund påpekar, med stöd hos Barry Salt, att greppet var relativt föråldrat under perioden. I *Sveriges port mot väster* framstår det således både som ett överanvänt och för en samtida publik möjligtvis som ett daterat grepp.

En andra skillnad mellan anslagen i *Sveriges port mot väster* och *Staden vid Göta älv* syns i montaget av tagningar kontra den panorerande vyn över staden. Detta pekar mot ett arrangerande av bildmaterialet som ligger närmare den brittiska dokumentärfilmens anda snarare än den vyns estetik som i delar präglade den tidigare filmen. *Sveriges port mot väster* karaktäriseras också på ett mer tydligt sätt av ett expositoriskt modus, där bildmaterialet underordnas speakerröstens framställning. När speaker-rösten direkt kommenterar det som syns i bild fungerar det som ett sätt att stödja, exemplifiera eller levandegöra den egna argumentationen. I en tagning som inleder en scen från ett av stadens barnhem syns i halvbild en kvinna torka näsan på en liten pojke och speakerrösten förklarar: ”Framtiden, ja, den kan även den här lille parveln hoppas på, trots att han är både fader- och moderlös.” Det enskilda anonyma barnet fungerar här som ett sätt att ge kött och blod åt argumentationen kring stadens insatser för föräldralösa barn. Att *Sveriges port mot väster* i högre grad är strukturerad runt speakerröstens framställning än enskilda tagningar och vyer gör också att det skapas en annan typ av rumslighet än i *Staden vid Göta älv*. Stundtals ges en rumslig förankring i *Sveriges port mot väster* där enskilda statyer eller byggnader lyfts fram med namn, men bara i något enstaka fall förklaras den rumsliga relationen mellan byggnader eller tagningar.



Och förutom i en scen med turistbåten Paddan, där åskådaren får följa dess färd genom vallgraven och kanalerna i den centrala staden, vore det svårt att på ett direkt sätt följa i filmens spår på en karta. De olika teman och verksamheter som tas upp i *Sveriges port mot väster* är således mer avgränsade och skilda från varandra än i den tidigare filmen, något som ligger i linje med den funktionalistiska stadens ideal.

I likhet med många offentligt understödda dokumentärfilmer från perioden kännetecknas filmen överlag av en allvarligt hållen ton. Till skillnad från *Staden vid Göta älv* förlitar den sig i liten utsträckning på skämt eller lustigheter, även om det förekommer några gånger. Mot slutet av en skildring av stadens varvsverksamheter, när det är dags att döpa ett av de nybyggda fartygen, berättar speakerrösten: ”Och så en vacker, nej, förlåt, den här dagen råkade det visst regna, får skrovet sitt dop i skummande champagne.” I bilden syns en grupp människor under paraplyer bredvid det stora skrovet, samtidigt som en av dem svingar en flaska skummande vin mot fartyget. Trots en genomgående allvarsam ton använder sig filmen alltså på några håll av små skämt för att, får det förmodas, hålla åskådarens intresse vid liv och ge filmen ett visst underhållande värde. I relation till speakerröstens genomgående överordnade roll och det sparsamma bruket av miljöljud sticker två scener i filmen ut. För det första i den ganska långa scenen med direktupptaget ljud från en debatt i stadsfullmäktige om uppförandet av småhusbebyggelse i området Utby. Förutom precis innan och precis efter scenen kommenteras debatten mellan stadens politiker inte av speakerrösten. För det andra, i användandet av pålagda miljöljud i en scen från varvet Götaverken, som strax kommer att diskuteras närmare.

### Den ansvarsfulla staden och arbetets melodi

Efter anslaget och de inledande förtexterna tar *Sveriges port mot väster* precis som *Staden vid Göta älv* sin början i ett äldre, idylliskt och stillsamt Göteborg. Idyllen sätts sedan i relief mot den moderna stadens mer livfulla centrala delar och det hela ramas in av speakerrösten:

Det tycks som om vi hade hamnat i en liten småstad, men det är dock ett stycke Göteborg, gamla Majorna, Gröna gatan, en stillsam vrå som lever sitt lugna liv lite vid sidan av det moderna Göteborg. Här vid Fölvägen bodde segelsömmare, skeppsbyggare och världsomseglare. Om så alla kvarteren runt om fylls av stenhus så ska de här röda stugorna stå kvar mitt ibland dem, det har stadens myndigheter bestämt. Och dessa stugor ska berätta om det Göteborg som har varit. Pieteten för

det gamla Göteborg har nog inte alltid varit sådan man har önskat, men nu har man börjat förstå betydelsen av att låta den nya tiden ge sin prägel åt utvecklingen och den form åt staden som anstår Sveriges ledande sjö- och stapelstad, utan att därför förstöra den historiska grund på vilken stan en gång byggts upp.

Först den lokalkoloristiskt färgade idyllen: *gamla* Majorna och Gröna gatan, sjöfartsstadens yrken, de röda stugorna. Men sedan lyfts, till skillnad från i den tidigare filmen, konflikten mellan den historiska och moderna staden fram. I samma andetag framhålls dock kommunen som en ansvarsfull aktör som överbryggar denna konflikt och bevarar stadens historiska minne. Kommunen framstår som en pålitlig aktör, som både tar ansvar för att ge staden en ny och passande form och för att skapa en syntes mellan dess historia och moderna utveckling, där idyllerna bevaras som en del av det nya Göteborg. Här syns den symbios mellan stadens eller bygdens historia och den framväxande välfärdsstaten, som bland annat Bengtsson menar kännetecknar många regionala och lokala filmer från perioden.<sup>100</sup> Symbiosen ges sedan historisk tyngd genom att speakerrösten fastslår att ”grundläggaren Gustav II Adolf kan blicka ner från sin himmel och se att verket är gott”. Den svenske kungen fungerar här både som ett sätt att understryka Göteborgs identitet som svensk stad och att betona banden mellan det förflutna och nuet för den samtida lokala identiteten. I filmen används således å ena sidan känslomässiga argument för att slå an en ton hos en lokal publik, och å andra sidan mer rationella argument för att visa på stadens handfasta arbete för invånarnas bästa. Ofta används siffror som ett sätt att kvantifiera och understryka storleken på en viss verksamhet. Samtidigt är också förstärkningsorden och superlativen frekvent förekommande; staden och dess olika verksamheter eller attraktioner beskrivs återkommande som Sveriges största eller ledande.

I sin analys av den kulturella konstruktionen av den skandinaviska välfärdsmodellen använder sig Musiał av de två begreppen *autostereotyper* och *xenostereotyper*, det vill säga representationer och diskurser som uppkommit, traderats och cirkulerats inom den sociala gruppen respektive projicerats på den utifrån.<sup>101</sup> I *Sveriges port mot väster* finns ett lokalpatriotiskt ackord, där stadens historia används i konstruktionen av den samtida identiteten. Samtidigt verkar det ha funnits en vilja att inte bli alltför lokalt färgad. Drätselkammarens största invändning mot det föreslagna manuset var bruket av de lokala karaktärerna Källe och Ada. De två karaktärerna skulle kunna förstås som en form av det Musiał kallar *autostereotyper* och trots att huvudfilmen i första hand riktade sig inåt mot stadens invånare fastslog drätselkammaren att Källe och Ada för en utomstående

betraktare kunde framstå som löjeväckande och alltför interna för att kunna fungera som representanter för det moderna Göteborg. I filmen finns i stället en betoning på Göteborg som en modern och internationellt utåtriktad stad. Redan i dess titel syns en riktning från Sverige ut mot världen och flera gånger betonas stadens internationella kopplingar och det sätt på vilket varor från stadens fabriker och hamn rör sig ut i världen.

Just arbetet och den industriella produktionen, som intar en central position i den fordristiska och välfärdsstatliga samhällsmodellen, kopplas på ett tydligt sätt till stadens identitet. Om Göteborgs industrier lyste med sin frånvaro i *Staden vid Göta älv*, har de en framträdande plats i *Sveriges port mot väster*. I filmen presenteras arbetet och produktionen vid stadens fabriker, så som Volvo och SKF. Men framför allt är det verksamheterna i hamnen och vid varven som står i fokus där det förklaras att: ”Normalt sysselsättes här över tusentalet hamnarbetare. Från morgon till kväll hörs arbetets melodi där lyftkranarna spelar första fiolen.” I den omfattande skildringen från varven bör särskilt användningen av pålagda miljö ljud från nithammare och andra verktyg och arbetsprocesser betonas. Denna ljudbild lyfts även fram av speakerrösten:

Det är en egendomlig känsla att veta, att femtusen man är sysselsatta inom varven, för man märker aldrig någon anhopning av folk, de uppslukas i de väldiga skroven. Men däremot hör man de mångt inom tusendes arbete. Det är ett oavbrutet, intensivt, öronpinande ljud, som uppfyller hela varvsområdet och platsen däromkring och det talar sitt tydliga språk om den mångfald av arbetsprocesser som ingår i modernt skeppsbyggeri. Man slutar aldrig upp att förvånas över skeppsbyggar-konsten och man beundrar den göteborgske varvsarbetarens gedigna yrkeskunnighet. Och det är märkligt att se ett fartyg växa upp inför ens ögon, men det gör man, påtagligt, dag för dag här på varvet.

Flera aspekter av skildringen av varvet är värda att diskutera. Inte minst just relationen mellan bildmaterial, ljudspår och speakerröst. I scenen blandas översiktliga tagningar i grod- och fågelperspektiv, som fungerar som ett sätt att understryka varvens storlek, med tagningar i närbild av olika arbetsmoment. Tagningarnas *mise-en-scène* är i flera fall överbelastad och rörig och korresponderar med varvsmiljöns stökiga ljudbild, som både hörs på ljudspåret och lyfts fram av speakerrösten. Skildringen kan tänkas fylla flera identitetsskapande funktioner. För det första understryks själva varvsmiljön, det storskaliga varvet och dess kakofoni av ljud, som en fysiskt påtaglig plats i den centrala staden. För det andra blir det sätt på vilket varvets krävande arbetsmiljö och svårgripbara storlek skildras ett sätt att understryka tåligheten och det tekniska kunnandet hos den göte-

borgske varvsarbetaren. Det kan noteras att varvens påträngande ljudbild även används som ett sätt att skapa komik i spelfilmen och göteborgsskildringen *Vi Masthuggspojkar* (1940) när två av huvudkaraktärerna försöker kommunicera med varandra i den bullrande varvsmiljön.

### Filmens röst och den lokala publiken

Trots att Göteborgs kommun kan förstås som filmens avsändare anges den inte som beställare i dess förtexter. I stället kallas filmen kort och gott ”En film om Göteborg av Niklas Skoglund.” Filmens speakerröst förefaller också tillhöra en utifrån kommande betraktare, och den talar inte explicit utifrån en position av att representera kommunen som offentlig aktör. Trots detta genomsyrar kommunen filmens röst i bredare bemärkelse. Snarare än att porträttera Göteborg som stad i ett mer allmänt avseende är det kommunen som myndighet och offentligt organ och dess olika inrättningar som i första hand skildras i filmen. Trots att den längre versionen av filmen framför allt riktade sig mot stadens invånare adresserar filmen en åskådare som inte själv bor i staden. I slutet av filmen knyts dess teman kring arbete och social välfärd och dess lokalpatriotiska anslag samman. Här framträder även den position som speakerrösten talar ifrån och det sätt på vilket filmens åskådare tilltalar på ett tydligt sätt. Till det avslutande montage av tagningar från olika delar staden och av fartygen som glider ut från dess hamn förkunnar speakerrösten:

Ja, nu nalkas vi slutet på vår vandring genom västkustmetropolen. Vi har sett något av denna stads ansikte och känt något av dess puls. Dessa glimtar har gett oss en uppfattning om att staden Göteborg intar en ledande plats i vårt land. Vi har i Göteborg sett en underbart vacker sommarstad och en svensk stad med sociala ambitioner, en industristad, men först och främst Sveriges ledande sjöfartsstad, vår port mot väster, där tusen sinom tusen av de fartyg som plöjer de sju haven löper in och seglar ut. Nu säger vi farväl och på återseende till det vackra Göteborg och glider ut genom dess hamn. Sakta försvinner stadssiluetten för våra ögon. Vi skönjer en sista gång Masthuggskyrkans mäktiga resning, tjusas vid utfarten av de fartyg som vi möter och hyllar en sista gång Göteborg som den nordiska segelstaden framför andra.

Här talar speakerrösten från en extern position och adresserar en åskådare som inte själv bor i staden, och inkluderar denne i ett från staden utomstående ”vi” som tar avsked av Göteborg, som kommit till slutet på sitt besök i staden och hoppas kunna återse den. Samtidigt inkluderas den av filmen adresserade åskådaren i ett nationellt ”vi”, när speakerrösten

betonar att Göteborg är ”*vår port mot väster*”. Att Göteborgs kommun inte på ett uttalat sätt framställs som filmens avsändare och att den inte direkt adresserar stadens invånare ger, vill jag hävda, filmen en mer objektiv framtoning och gör att den på ett tydligare sätt knyter an till den dokumentära filmens sakliga diskurs. Trots att filmen inte var ämnad för visning på biograf, verkar det även här ha funnits en ambition att ge filmen ett neutralt uttryck, där dess beställningsförhållande inte explicit framgår. Det gör också att den kunde användas mot målgrupper utanför staden, som till exempel skolklasser och turistföreningar, och adressera åskådare runt om i landet. Dessutom kan det tänkas att det fungerade som ett sätt att stärka känslan för staden hos den lokala publiken, där en myndig, från staden utomstående stämman lyfter fram Göteborg som en av Sveriges ledande städer.

#### Från vaggan till graven:

##### Pastoral makt och urban ingenjörskonst

Det grundläggande syftet med filmen var att upplysa den lokala publiken om de offentliga verksamheter som den kommunala skatten finansierade, samt att stärka gemenskapen mellan kommunen och dess invånare. Ett brett spektrum av offentliga inrättningar och välfärdsstatliga verksamheter lyfts fram i filmen. Här presenteras den mer prosaiska och tekniskt orienterade infrastrukturen: gas-, el- och vattenförsörjning och stadens brandkår (”en av Sveriges bäst utrustade”). Störst vikt läggs dock vid bostadsbyggande, utbildning, hälso-, sjuk- och äldreomsorg och det sätt staden sörjer för dess barn och ungdomar. Filmen skulle kunna ses både som ett *medel i* och som en *representation av* stadens styrningsrationalitet. Mer precist skulle den kunna ses som en representation av det Foucault kallar pastoral makt, där en äldre kristen maktteknik fick nya betydelser inom det välfärdsstatliga paradigmet, kopplat till invånarnas hälsa, utbildning, levnadsstandard och bostadsförhållanden, med fokus både på befolkningen som helhet och den enskilda individen.<sup>102</sup> I *Sveriges port mot väster* skildras en stad som tar hand om alla sina invånare från vaggan till graven, från de nya göteborgare som föds vid kvinnokliniken på Sahlgrenska sjukhuset och de föräldralösa barnen som tas om hand på stadens barnhem till de gamla som på ålderns höst får plats på något av stadens nybyggda ålderdomshem.

I filmen finns en särskilt stark betoning på barnen i staden och hur de rustas för framtiden, med en tyngdpunkt på kroppslighet, hälsa och renlighet, i form av gratis organiserade badresor till havet under sommaren,

idrott och regelbundna hälsokontroller. Att det sätt som staden sörjer för barn och ungdomar spelar en framträdande roll i filmen bör förstås i relation till den position som barn och deras hälsa hade inom den svenska välfärdsstatens reformambitioner och inte minst inom 1930-talets debatt kring rashygien och befolkningens sammansättning, som bland annat makarna Myrdals bok var en del av.<sup>103</sup> I sin analys av den kommunala tidskriften *Tidningen Stockholm* lyfter Kåring Wagman fram hur barnet var ett viktigt tema i stadens självrepresentation under 1940-talet, med tydliga sundhetsideal.<sup>104</sup> I tidskriften publicerades under decenniet artiklar med tidstypiska rubriker som ”Från vaggan till värnpliktsåldern” och ”Hur ungarna blir A-barn”. I många fall märks också en frånvaro av föräldrarna till de barn som porträtteras, där stadens omsorg om barnen närmast förefaller ersätta föräldrarnas. Detta är även något som syns i *Sveriges port mot väster*.

I filmen intar vidare stadsplaneringen och bostadsbyggandet en central plats. Den första av de två maktdimensioner av det Thörn kallar en urban ingenjörskonst, den biopolitiska, med nya former av finansiella instrument och regleringar för att tillgodose alla samhällsklasser med nya moderna bostäder, är tydligt närvarande i filmen. I den långa okommenterade scenen från stadsfullmäktige diskuteras just olika åtgärder för att även stadens mindre bemedlade invånare skulle ha råd att bygga sina egna hus. Sedan får åskådaren följa uppförandet av området med egnahemshus i Utby och ett flertal andra bostadsbygganden för olika samhällsklasser. Det betonas också särskilt hur staden skall tillgodose stadens äldre med ”moderna och lättskötta bostäder till en billig penning”.

Däremot syns inte den urbana ingenjörskonstens andra maktdimension i filmen: den disciplinära makten i form av sanering av otjänliga bostäder och stadsdelar. Här skiljer sig filmen både från till exempel den kanoniserade dokumentärfilmen *Housing problems* (1935), ett av de centrala verken inom den brittiska dokumentarismen, och den av Filmo producerade filmen *HSB i ord och bild* (1939) om Kooperationens bostadsbyggande i Göteborg. I båda dessa filmer presenteras arbetarklassens nuvarande bostadsförhållande som undermåliga, där byggandet av nya bostadsområden blir ett svar på detta problem, i en klassiskt retorisk problem-lösningstruktur.<sup>105</sup> I sin artikel om HSB:s filmproduktion lyfter Vesterlund på liknande sätt fram hur många av bolagets filmer på ett ganska typiskt sätt framställer de svenska städernas äldre arbetarklassstadsdelar som trånga, mörka och ohälsosamma i kontrast mot den nya, luftiga bebyggelsen i den egna organisationens regi. Vidare menar han att filmerna på ett närmast indexikalt sätt visar upp de förändringsprocesser de svenska städerna

genomgick: ”I dessa filmer ser vi hus rivas och andra hus byggas; omvandlingen av det svenska urbana landskapet sker framför kameran och våra ögon.”<sup>106</sup> I skildringen av hur Göteborgs urbana landskap omstöptes lyser i *Sveriges port mot väster* en del av förändringen, saneringen av den äldre bebyggelsen, med sin frånvaro. I inledningen av filmen lyfts visserligen en potentiell konflikt mellan den moderna utvecklingen och äldre hus och stadsdelar. Det är dock idylliskt färgade kvarter och inga undermåliga bostadsförhållanden som skildras, och staden lyfts fram som en pålitlig aktör som tar ansvar för stadens historiska minne och bevarandet av de historiska miljöerna. Förutom den soligt färgade skildringen av gamla Majorna i filmens inledning är stadens befintliga arbetarstadsdelar på ett påtagligt sätt frånvarande i den resterande delen av filmen.

### En snabbtur genom Göteborg:

#### *Staden vid Västerhavet*

Vid sidan om huvudfilmen producerades som tidigare diskuterats även en fjorton minuter lång version med titeln *Staden vid Västerhavet*. Filmen var främst ämnad för visning på biograf och för internationell distribution, även om den också fanns listad för uthyrning på såväl normal- som smal-film i Filmos katalog. I katalogen beskrevs filmen på följande vis:

En kortare version av ”Sveriges port mot väster”, där huvudvikten lagts på det vackra Göteborg, som speciellt sommartid utövar stor lockelse. Följ med på en snabbtur genom det Göteborg som arbetar – och gläds åt den som i Göteborg har ett ljuvligt fritidsområde.<sup>107</sup>

Filmen producerades i versioner på engelska och franska för internationell distribution med titlarna *Sweden's gate to the west: A documentary film of Gothenburg* och *Gothembourg: Porte océane de la Suède*. I november 1946 hade den svensk premiär på bio i Stockholm som en av två förfilmer till Hamppe Faustmans Jan Fridegård-filmatisering *När ängarna blommar*, som också producerades av Filmo. *När ängarna blommar* var bolagets andra spelfilm och blev en stor framgång både hos publiken och kritikerkåren, där framför allt den till arbetarrörelsen anknutna pressen hyllade filmens sociala tendens och skildring av det nyligen avskaffade statarsystemet.<sup>108</sup> Ingen av de större Stockholms-tidningarna nämner någon av förfilmerna i sina recensioner. Efter sin premiär i Göteborg några månader senare fick *Staden vid Västerhavet* däremot korta omnämningar i recensionerna av huvudfilmen, och kallades av *Göteborgs-Posten* för ”en utmärkt bildrapsodi från Göteborg”.<sup>109</sup>

Hur skiljer sig då den kortare versionen av filmen från den längre version som hittills har avhandlats? Redan vid en första anblick är det tydligt att filmmaterialet arrangerats på helt olika sätt i de två versionerna, som också har försetts med olika speakerröster. Vid en närmare granskning kan det fastslås att allt det bildmaterial som används i *Staden vid Västerhavet* också återfinns i den längre versionen. Den kortare versionen kan ses som mer turistiskt inriktad. Filmen har ett smalare fokus på den välfärdsstatliga servicen och verksamheten och den längre versionens skildring av stadens barnhem, skolor och åldrvård är inte alls med. Samtidigt betonas även i den kortare versionen arbetet, hamnen, varven och stadens industrier. Precis som den längre versionen avslutas filmen med ett montage av tagningar från olika delar av staden, ackompanjerad av musik från stadens symfoniorkester, och sedan en färd ut genom stadens hamn mot havet. Återigen adresseras en åskådare tillhörandes ett nationellt ”vi”:

Göteborg är en stad med sin egen karaktär. Självmedveten och särpräglad, fast kanske en smula kärv och vresig ibland. Den känner sin kraft och sitt värde, men också sitt ansvar. Överallt finner man havets närhet. Starkast i hamnen dit fartygen kommer från de sju haven. Och utanför ligger de bohuslänska skären, sommarparadiset dit trötta och slitna människor från hela vårt land och andra länder också söker sig för att bada, segla, vila och hämta krafter till nya arbetsdagar.

Semesterdagarna på klipporna i skärgården blir här framför allt ett kort avbrott från produktionen för att orka med det kommande arbetsåret. Trots sitt syfte att göra reklam för Göteborg som turiststad finns det alltså en stark betoning på arbete och strävsamhet i filmen, vilket också betonades i presentationen av filmen i Filmos katalog. Speakerrösten genomsyras av en kärv och allvarligt hållen ton och beskrivningen av Göteborgs karaktär kan knappast beskrivas som insmickrande. Det bör dock understrykas att filmen spelades in precis efter andra världskrigets slut i Europa och den första semesterlagen i Sverige, då alla fick rätt till två veckors betald ledighet, som infördes strax innan kriget var fortfarande relativt ny.

### Veden på Gustaf Adolfs torg:

#### Beställningsfilm, pragmatism och livslängd

Givet att filmen spelades in under sommaren 1945, precis efter andra världskrigets slut i Europa i maj samma år, är kriget och det sätt det påverkat Göteborg märkligt frånvarande i båda versionerna av filmen. Här



går det att göra en jämförelse med valfilmen *Vårt mål* från 1946 som producerades av Filmo på uppdrag av SAP i Göteborg. Filmen tar sin början med dramatiskt arkivmaterial från krigets Europa, där inte minst ljudspåret används för att betona krigets brutalitet, och en speakerröst förklarar hur kriget kom att påverka Göteborg och lamslå stadens hamn. I *Sveriges port mot väster* nämns kriget inte alls av speakerrösten förutom indirekt i scenen från Volvos fabriker, där det berättas hur många bilar som förväntas produceras i ”full fredsproduktion”. Däremot finns det spår från krisperioden i bildmaterialet. I en tagning där turistbåten Paddan passerar i kanalen nedanför Gustaf Adolfs torg syns tydligt hur torget är fyllt med staplad ved. Under kriget och uppenbarligen även under sommaren efter fredsslutet, då filmen spelades in, användes flera gator och torg i centrala Göteborg som uppställningsplats för ved.<sup>110</sup> I en annan scen syns en bil med gengasaggregat. Även om kriget och dess påverkan på Göteborg inte lyfts fram av speakerrösten så är det således indirekt, och förmodligen ofrivilligt, synligt i bildmaterialet. Exemplet är talande för när bildmaterialet i en film genom mediets indexikalitet oavsiktligt bär spår på historiska fakta som går stick i stäv med regissörens eller beställarens intentioner. Under början av 1950-talet, när det diskuterades att framställa nya kopior av filmen, då många av dem började bli utslitna, lyftes det fram att några scener och tagningar alltför mycket påminde om kristiderna och borde redigeras bort eller tas om.<sup>111</sup>

Exemplet pekar även på en annan ofta återkommande fråga när det gäller beställningsfilm: hur länge kan en viss film användas utan att kännas föråldrad? Dessutom: hur kan tiden för en films möjliga användning förlängas? Just omredigering lyfts av Zimmermann fram som en vanligt förekommande praktik för att förläna en beställningsfilm längre livslängd.<sup>112</sup> I en text om ”Filmen och undervisningen” från 1949 diskuterar Bertil Lauritzen, chef för SF:s skolfilmsavdelning och senare dess beställningsfilmsavdelning, just den här typen av frågor.<sup>113</sup> Film var dyrt att spela in och det var viktigt att kunna använda filmer så länge som möjligt. Lauritzen exemplifierar hur lång livslängd olika typer av filmer ämnade för skolundervisning kunde tänkas ha: ”Naturvetenskapliga filmer kan anses ha praktiskt taget obegränsad pedagogisk livslängd; geografiska filmer kan bli föråldrade på tio–femton år på grund av till exempel förändringar i kjollängder, hattmode eller bilmodeller; filmer i samhällslära kan tänkas bli föråldrade i olyckligaste fall genom lagändring vid nästa riksdag.”<sup>114</sup>

Vid sidan om omredigering skulle en annan taktik för att ge en film längre livslängd kunna vara att inte inkludera alltför tidsspecifika händelser eller motiv i filmen. Det kan finnas flera anledningar till att andra



Vedlager på Gustaf Adolfs torg, stillbild ur *Sveriges port mot väster/ Staden vid Västerhavet* (1946).

världskriget tydligt lyfts fram i SAP:s valfilm, men knappast alls i *Sveriges port mot väster*. Ett skäl bör vara hur länge filmerna var tänkta att användas. Medan valfilmen framför allt skulle visas inför valet 1946, och därmed på ett tydligt sätt kunde knyta an till det fortfarande färskt krigsslutet, fanns det säkert förhoppningar om att kunna använda kommunens film under många år. Det är också påtagligt hur få tidsspecifika händelser som lyfts fram i såväl *Sveriges port mot väster* som *Staden vid Västerhavet*. I den längre versionen omnämns Svenska slöjdföreningens utställning ”Bo bättre” på Guldheden och under en scen från Slottsskogsvallen används material från en specifik internationell friidrottstävling, men speakerrösten anger inte tidpunkt för något av arrangemangen. Många beställningsfilmer kan ses som flyktiga objekt, det Vonderau kallar *transient objects*, med ofta kort och begränsad livslängd efter det att de uppfyllt sina specifika syften, eller att de kontinuerligt redigerades om för fortsatt användning.<sup>115</sup> I många fall, inte minst när det gäller mer prestigefyllda projekt, verkar det ha funnits ett behov av, och olika praktiker för, att ge filmen så lång livslängd som möjligt. Snarare än att betrakta en beställningsfilm som ett givet och avslutat verk finns det här en slags pragmatisk inställning, där många filmer genom mindre justeringar kunde ges längre användningsperioder.

### Beställningsfilm i lokala och nationella arkiv

Att *Sveriges port mot väster/Staden vid västerhavet* producerades i två olika versioner med olika längd och titlar pekar också på ytterligare aspekter av denna pragmatism, samt på relationen mellan nationella och lokala arkiv, som förtjänar lite utförligare diskussion. Det faktum att många beställningsfilmer producerats i flera olika versioner är något som i allt högre grad börjat lyftas i den framväxande forskningen kring olika former av beställningsfilm och *useful cinema*. Så visar till exempel Wickman hur AMF under mellankrigstiden ofta producerade två parallella filmer utifrån samma material och inspelning, en för att användas internt inom krigsmakten och en för externa målgrupper.<sup>116</sup> Praktiken att producera en beställningsfilm i flera versioner för olika användningsområden, målgrupper och visningskontexter bör, enligt Zimmermann, närmast betraktas som ett av dess centrala kännetecken.<sup>117</sup> *Sveriges port mot väster*, den längre versionen av det här diskuterade projektet, finns bevarad i Svenska Film-institutets samlingar och är tillgänglig i digital form både i Svensk mediedatabas och på filmarkivet.se. Att lokalisera den kortare versionen av filmen krävde en del arbete. Båda versionerna av filmen finns listade i Svensk Filmdatabas, men vid en förfrågan i maj 2015 gavs beskedet att det inte fanns några kopior av *Staden vid Västerhavet* bevarade i filminstitutets arkiv.<sup>118</sup> Efter en genomgång av arkiv och samlingar i Göteborg kunde jag lokalisera en kopia av filmen hos Göteborgs stadsmuseum, vars filmsamlingar ännu inte är digitalt sökbara. Kopian är skadad och cirka en minut av filmens inledning saknas, inklusive dess förtexter, men med hjälp av museet kunde jag få kopian digitaliserad. Eftersom filmen till stor del består av filmmaterial som också återfinns i *Sveriges port mot väster*, om än i en annan ordning, och kopian ligger i en ask med etiketter från filmbolaget Filmo, var det ingen tvekan om att det rör sig om *Staden vid Västerhavet*. I mars 2016 registrerade Svenska Filminstitutets arkiv ett duplikatnegativ av filmen tillsammans med ljudnegativ med engelsk speakerröst samt separata negativ med förtexter på engelska och franska.<sup>119</sup> I själva databasen anges emellertid inte att tonnegativet är på engelska, vilket gör det svårt att veta hur pass vanligt det är att kopior på andra språk än svenska finns bevarade. Eftersom det rör sig om negativkopior, var det inte heller möjligt att ta del av filmen med engelskt ljudspår eller att få den digitaliserad inom ramen för detta projekt. Med hjälp av filminstitutets arkivarie fick jag dock möjlighet att ta del av digitala stillbilder från de två förtexterna på engelska och franska, vilket visar på deras utformning. Det bör till exempel noteras att förtexterna inte är gjorda mot en bakgrund av rörligt bildmaterial utan mot stiliserade stillbilder av

göteborgska landmärken och båtar och fartyg i stadens hamn. Att undvika rörligt bildmaterial i förtexterna kan ses som ett pragmatiskt sätt att förenkla utformandet av förtexterna till olika språkversioner av filmen.

Negativen härrör förmodligen från en deponering från just Göteborgs stadsmuseum gjord redan i augusti 1991, där filmens titel anges till ”Sveriges port mot väster” vilket bör förstås som en direkt översättning av den engelska titeln *Sweden's gate to the west*, trots att det alltså rör sig om den kortare versionen av filmen.<sup>120</sup> Detta pekar återigen på det ofta mödosamma arbetet i att studera beställningsfilm, där många beställningsfilmer redigerats om i olika versioner med olika titlar som kan finnas bevarade i olika arkiv. Här kompliceras saken ytterligare av att den kortare versionen av filmen fick en engelsk titel som är en direkt översättning av titeln till den längre versionen, något som gör det till ett delikat arbete att hålla isär de olika versionerna.

### Efterspel: Ett misslyckat prestigeprojekt?

Projektet kring *Sveriges port mot väster* och *Staden vid Västerhavet* var, som framgick, en stor satsning från kommunens sida och kan karaktäriseras som ett prestigeprojekt. Att de två versionerna av filmen försågs med olika texter som speakerrösterna läste upp och att den kortare versionen, snarare än att bara vara en förkortad variant av huvudfilmen, har ett helt omredigerat bildmaterial tyder också på att det fanns ett visst ekonomiskt utrymme kring filmen. *Sveriges port mot väster/Staden vid Västerhavet* verkar också ha varit en omfattande satsning från Filmos sida. När bolaget några år senare presenterade en idé för ett liknande tvådelat projekt för drätselkammaren i Helsingborg angav Niklas Skoglund den tidigare Göteborgsfilmens som en möjlig modell för projektet.<sup>121</sup> *Staden vid Västerhavet* placerades även som förfilm till bolagets storsatsning *När ängarna blommar*. En annan aspekt av filmprojektet är att det presenteras som en produkt av regissören Niklas Skoglunds ansträngningar, snarare än som en film gjord på beställning av Göteborgs kommun. Det gäller även den tidigare filmen *Staden vid Göta älv*, som presenterades som en göteborgsfilm av Per G. Holmgren. Filmerna kan alltså ses som verk med definierade upphovsmän snarare än som en del av den namnlösa praktik som Heymer och Vonderau lyfter fram som ett centralt kännetecken för många mindre påkostade industri- och beställningsfilmer.<sup>122</sup> Samtidigt är detta inte entydigt, då Skoglunds namn inte anges i beskrivningen av filmen i Filmos kataloger.

Trots ambitionerna för projektet och dess omfattande budget framstår det i efterhand som ett misslyckande. Inte minst finns det oklarheter kring

i vilken omfattning filmen faktiskt kom att visas. En artikel i *Göteborgs Handels- och Sjöfartstidning* från 1949 har den talande rubriken: ”Stadens egen göteborgsfilm sällan visad”.<sup>123</sup> I texten berättas det dock att det nu skulle göras satsningar för att ändra på detta. Ett antal organisationer skulle få erbjudande om att gratis låna filmen. Nya kopior skulle även produceras för att möta en ökad internationell efterfrågan från aktörer i Norge, Finland och USA. Texten avslutas med konstaterandet: ”Hittills har inte denna film setts av så många att det kan anses ha motiverat de dryga kostnaderna, men det kan tydligen väntas ändring i det avseendet.”<sup>124</sup> Huruvida dessa förhoppningar infriades har varit svårt att klargöra. Diskussionen om att producera nya kopior av filmen då de äldre började bli utslitna tyder dock på att den en bit in på 1950-talet ändå hade visats i viss omfattning. Men trots höga ambitioner om filmen som ett medel för att skapa upplysta och välinformerade medborgare i staden verkar det ha funnits få lokala visningskontexter där den kunde visas för Göteborgs invånare.

Resultatet av förarbetet kring *Sveriges port mot väster/Staden vid Västerhavet* ledde till att en särskild film- och reklamnämnd tillsattes med ansvar för både redan inspelade och eventuellt framtida filmer om Göteborg, samt för stadens bredare reklamverksamhet.<sup>125</sup> Filmmediet framstår här således som en central del av stadens reklam- och informationsverksamhet. Diskussion om att producera nya kopior och eventuellt göra en viss omredigering av *Sveriges port mot väster/Staden vid Västerhavet* ledde i slutändan fram till att stadskollegiet i stället accepterade ett nytt förslag till en film om Göteborg som presenterats av Turisttrafikföreningen. Förslaget resulterade i filmen *Den gyllene porten* (1957) som är en av de två filmer som kommer att diskuteras i nästa kapitel.

## 5. Rekordåren

### 1950- och 1960-talens kommunala stadsfilmer

Under 1950- och 1960-talen gick ekonomin i Sverige och Göteborg på högvarv. Den välfärdsstatliga politiken intensifierades och de två decennierna kan ses som höjdpunkt för den period som brukar kallas rekordåren. I Göteborg uppfördes nya stadsdelar i snabb takt och antalet invånare växte genom såväl inflyttning från landsbygden som genom arbetskraftsinvandring från Sydeuropas krigshärjade länder och från Finland.<sup>1</sup> I motsats till perioden innan kriget, som präglades av stagnation, nationalism och ekonomisk isolation, var rekordårens ekonomi tvärtom internationellt utåtriktad, med en växande världshandel och global produktion. Det göteborgska näringslivet kännetecknades bitvis av överhettning, med brist på bostäder, arbetskraft och produktionskapacitet. Samtidigt innebar den stadiga tillväxten en oförtröttlig optimism och varven samt bilindustrin kom att få en allt mer dominerande ställning inom stadens näringsliv.

Inom den expanderande svenska välfärdsstaten fick den kommunala nivån en allt mer bärande roll.<sup>2</sup> Under 1940-talet hade de kommunala verksamheterna vuxit och den nya kommunallag som infördes 1953 innebar ytterligare utvidgning av kommunernas ansvarsområden. Detta ledde dock inte till ökad lokal självständighet. I stället stärkte staten sin makt att styra kommunerna genom en ökad reglering. Inom denna växande, statligt styrda, fördelningspolitik var tilltron till politikens och vetenskapens möjligheter en central komponent. Om det under början och mitten av 1940-talet funnits en stark tro på demokratisk fostran, etablerades ett allt mer teknokratiskt ingenjör- och expertsamhälle under 1950-talet, där de tidigare idealen kring den bildade medborgaren tonades ned.<sup>3</sup>

Den växande ekonomin skapade inte bara förutsättningar för välfärdsstatliga satsningar och en allt mer omfattande fördelningspolitik. Den möjliggjorde också ett ökat utrymme för privat konsumtion och arbets-



tagarnas fritid ökade genom flera steg av arbetstidsförkortning.<sup>4</sup> 1951 blev de tidigare två veckornas betalda semester i Sverige tre och 1963 tillkom ytterligare en vecka. Parallellt med den inhemska turismens expansion ökade också de internationella semesterresorna till Sverige. 1960 hade den utländska turismen nära nog femfaldigats jämfört med innan andra världskriget.<sup>5</sup> Från 1945 och framåt ökade Göteborgs stadsfullmäktige successivt sina bidrag till Göteborgs och Bohusläns turisttrafikförening och fick efterhand också allt större representation i dess styrelse.<sup>6</sup> Som ett resultat av den ökande turismen utreddes föreningens verksamhet under slutet av 1950-talet och 1960 ombildades den till Göteborgs och Bohusläns turisttrafikförbund.<sup>7</sup>

Enligt Kåring Wagman går det att både i Stockholm och i andra svenska städer se en minskad aktivitet kring reklam och information riktad mot såväl invånare som turister och näringsliv från mitten av 1940-talet till början av 1960-talet, då en intensifierad aktivitet runt dessa frågor tog fart.<sup>8</sup> Denna tendens syns också i notiser och artiklar i *Svenska stadsförbundets tidskrift* från 1950- och 1960-talen. Under 1950-talet var antalet artiklar och notiser om kommunal reklam och information få och bara en gång nämndes produktionen av en ny stadsfilm.<sup>9</sup> Under början av 1960-talet växte det i tidskriften fram en bredare diskussion om kommunal PR och en serie längre artiklar i ämnet publicerades.<sup>10</sup> I texterna diskuterades ett brett spektrum av praktiker kopplade till PR och information riktade mot flera olika målgrupper. Även om termen propaganda fortfarande användes blev den allt mer sällan förekommande under 1960-talet. Som tidigare diskuterats går det att på en språklig nivå se just övergripande rörelser från termer som propaganda och upplysning till PR och information under decennierna efter andra världskriget. Men samtidigt är det, som Norén och Stjernholm poängterar, på intet sätt givet vad sådana språkliga förskjutningar innebar för de faktiska kommunikativa praktikerna.<sup>11</sup>

I föreliggande kapitel analyseras två filmer om Göteborg från 1950- och 1960-talen i vars tillkomst Göteborgs stadskollegium och -fullmäktige var inblandade: *Den gyllene porten* (1957) och *Göteborg – Hjärtpunkt i Norden* (1964). Med avstamp i Elsaessers tre A:n kartläggs förarbetet kring filmerna, hur de beställdes och finansierades samt hur de distribuerades och visades. Ett första tema som genomsyrar analysen är hur filmerna kan förstås i förhållande till förändringar inom det svenska filmlandskapet och formerna för produktion, distribution och visning av beställningsfilm under 1950- och 1960-talen. Därefter analyseras filmerna med utgångspunkt i två teman som utkristalliserats som särskilt viktiga: den växande inhemska och utländska turismen samt den expanderande välfärdsstatliga politiken.



Filmfotografen Andrej Gavrusjov på Ramberget under inspelningen av *Göteborg – Hjärtpunkt i Norden* (1964). Foto: Folke Johansson.



Utgångspunkt tas i två frågor: Hur konstrueras bilden av Göteborg i relation till den nationella nivån och till omvärlden? På vilket sätt kan filmerna ses som uttryck för förändringar i styrning av staden? Innan analysen av de två filmprojekten tar vid kommer några av förändringarna av den svenska filmkulturen under perioden att diskuteras, med särskilt fokus på beställningsfilm och stadsfilm.

### Beställningsfilm, stadsfilm och ett filmlandskap i förändring

Vid mitten av 1950-talet nådde den svenska biografkulturen en kvantitativ höjdpunkt. 1956 gjordes cirka åttio miljoner besök på biograf, en siffra som varken tidigare eller senare överträffats.<sup>12</sup> Samma år startade de reguljära tv-sändningarna i Sverige, något som fick förödande konsekvenser för antalet biobesök och 1963 hade den tidigare rekordsiffran halverats.<sup>13</sup> För kort- och beställningsfilmens del handlade det om ett stadigt minskat utrymme att visas på biograf, då många långfilmer tenderade att bli allt längre och behovet av fyllnadsfilm minskade.<sup>14</sup> I stället skulle beställningsfilmen allt mer komma att cirkuleras för visning vid sidan om biografen. Under 1950-talet fick den mer renodlade industri-filmen ett uppsving, där filmproduktion både blev ett medel i rationaliseringen av olika arbetsprocesser och ett sätt att visa upp den egna verksamheten utåt.<sup>15</sup> Dessa tendenser märks även i branschtidningen *Biografägaren* där antalet artiklar om kortfilm är få under 1950- och början av 1960-talet och framför allt handlade om bristen på konstnärliga svenska kortfilmer.<sup>16</sup> I slutet av 1950-talet uppmärksammade tidskriften dock ett allt bredare intresse för film inom näringslivet.<sup>17</sup> Under decenniet växte det också fram allt fler kanaler för internationell cirkulation av beställningsfilm och *informational cinema*, vilket bland annat Thomson uppmärksammat.<sup>18</sup> Den internationella distributionen av svenska beställningsfilmer under 1950- och 1960-talen har dock bara i liten grad och på en övergripande nivå uppmärksammats tidigare.<sup>19</sup>

När det gäller produktionen av kommunal stadsfilm under 1950- och 1960-talen går det utifrån *Svenska stadsförbundets tidskrift* att peka på några tendenser. Under 1950-talet publicerades som nämnts få artiklar om nya stadsfilmer i tidskriften. Men under början av 1960-talet blev antalet notiser om städer som fattat beslut om nya filmer allt fler.<sup>20</sup> År 1966 publicerades också en längre artikel med den koncisa rubriken ”Varför gör man film?” där en bred bild av det kommunala intresset för filmmediet tecknas.<sup>21</sup> Artikeln var författad av Fred Terselius, sedan 1964 chef för

Nordisk Tonefilms kortfilmsavdelning,<sup>22</sup> och genomsyras av en kritisk ton mot alltför genomtänkta stadsfilmsprojekt:

För att andra har gjort det, eller av prestigeskäl? Håller staden på att ändra utseende och vill man därför åt kommande släkten bevara en levande bild av nutiden? För att locka turister eller för att dra till sig industrier? För hembygdsundervisningen i skolorna? Egentligen kan man svara ja på alla frågorna. Men meningen är väl inte att göra en film i tron att den ska täcka alla uppräknade motiv resp. behov. Eller tror och gör man kanske det?<sup>23</sup>

Enligt Terselius ville kommunerna alltså ofta täcka in alltför många ämnen med sina filmer och hoppades kunna rikta sig till såväl industrier, turister, invånare och en utländsk publik med samma film. I stället betonar han filmmediets konstnärliga potential och att budskapet ska förmedlas med hjälp av dess specifika kvaliteter snarare än att mest likna ”talade vykortsalbum.”<sup>24</sup> Terselius kritik mot många kommuners otydligt formulerade filmprojekt liknar den som Gösta Werner och andra verksamma inom bolaget Filmkontakt gav uttryck för i diskussionerna om de stads- och landskapsfilmer Werner producerade under 1950- och 1960-talen.<sup>25</sup> Terselius lyfter också fram praktiska frågor rörande manusets utformning, val av producent och bolag och 16 eller 35mm-film.<sup>26</sup> I texten diskuteras även ett antal olika distributionskanaler för stadsfilmer, där televisionen lyfts fram som den mest attraktiva. Att visas på tv var dock få stadsfilmer förunnat.<sup>27</sup> Visning som förfilm på biograf lyfts fram som det näst bästa alternativet, något som även det bara var möjligt för en handfull filmer per år. De mer renodlade turistfilmerna kunde distribueras via SAS, SJ:s och Svenska institutets filmavdelningar. Slutligen lyfts de kommunala AV-centralerna fram som en möjlig distributionskanal för visning i skolor. I relation till de diskussioner om stadsfilm som fördes i tidskriften under slutet av 1930-talet är det en aspekt som lyser med sin frånvaro i artikeln. Trots att Terselius konstaterar att filmproduktion kräver stora ekonomiska resurser, diskuteras inte filmernas finansiering närmare eller huruvida kommunerna borde finansiera dem helt på egen hand eller med hjälp av lokala företag och organisationer.

Delar av stadsfilmsgenren beskyldes således av Werner, Terselius och andra för att vara schablonartad, med epitet som ”turistfilm” eller ”landskapsfilm”. Samtidigt finns, som tidigare diskuterats, under decennierna närmast efter kriget ett flertal exempel på kanoniserade stadsfilmer i det korta formatet som hyllades för sitt utforskande av genrens konstnärliga potential, trots att de i flera fall var producerade på beställning av kom-

munala och/eller nationella organ. Här bör framför allt Arne Sucksdorffs *Människor i stad* (1947) samt Pontus Hulténs och Hans Nordenströms experimentella *En dag i staden (Världen genom kameraögat)* (1956) lyftas fram. I en bredare nordisk kontext bör även Jørgen Roos *En by ved navn København* (1960) nämnas. I såväl Hulténs och Nordenströms som Roos filmer märks en ambition att driva med den typiska stads- och turistfilmens konventioner, vilket visar hur etablerade dessa var.

### Med turistens nyfikna ögon:

#### *Den gyllene porten* (1957)

Arbetet med *Sveriges port mot väster/Staden vid Västerhavet* (1946) ledde, som påtalades i föregående kapitel, till att en särskild film- och reklamnämnd inrättades i Göteborg.<sup>28</sup> Vid mitten av 1950-talet tillsatte stadskollegiet också en bredare informations- och reklambereidning.<sup>29</sup> I båda dessa organ diskuterades under 1950-talet några nya, mer eller mindre omfattande, filmprojekt om Göteborg.<sup>30</sup> Som också lyftes fram i föregående kapitel diskuterades frågan om att göra nya kopior av *Sveriges port mot väster*, vars ursprungliga kopior började bli utslitna, och även en viss omredigering av filmen. Pengar avsattes i stadskollegiet till nya kopior, men i stället kom dessa medel att användas till en ny film om staden som Göteborgs och Bohusläns turisttrafikförening fattat beslut om 1956.<sup>31</sup> Det tillgängliga materialet från de diskussioner som föregick filmen är begränsat.<sup>32</sup> Men eftersom den tillkom på initiativ av turisttrafikföreningen är det rimligt att anta att den i första hand producerades med syftet (*Anlass*) att göra reklam för Göteborg som turiststad och att dess målgrupp (*Adressat*) var potentiella, såväl svenska som utländska, besökare till staden. Efter att filmen färdigställdes och visats för stadsfullmäktige i december 1956 ansökte turisttrafikföreningen om extra medel för att göra fler kopior av filmen, både för visning i Sverige och de andra nordiska länderna, och i engelska, amerikanska, tyska och franska språkversioner.<sup>33</sup> Föreningen hoppades också kunna få bidrag från industrier, trafikföretag och svenska utlandsorgan. Utöver det ursprungliga beloppet om 10 500 kronor som stadskollegiet redan bidragit med beviljades nu ytterligare drygt 21 000 kronor (drygt 280 000 kronor i 2020 års penningvärde).<sup>34</sup> Även om stadsfullmäktige intog en ganska avvaktande roll i filmens tillkomst, stod den tillsammans med stadskollegiet för närmare tre fjärdedelar av dess totala budget.<sup>35</sup> Dessutom bidrog stadsfullmäktige med en betydande del av finansieringen till turisttrafikföreningens verksamhet och hade flera ledamöter i dess styrelse. Göteborgs stadsfullmäktige kan därmed ses som

filmens indirekta beställare (*Auftraggeber*), inte minst eftersom produktionen var helt beroende av dess finansiella stöd. I vilken mån turisttrafikföreningen lyckades i sin ambition att också få lokala industri- och turistföretag att bidra till filmens finansiering har inte gått att utröna.

Filmerna, som kom att få titeln *Den gyllene porten*, regisserades av Håkan Cronstioe vid bolaget Svensk Tonfilm, som han själv grundat 1946.<sup>36</sup> Cronstioe var under perioden en flitigt anlitad beställningsfilmare och regisserade både filmer för en lokal svensk publik och internationellt inriktade filmer kring svenskt missionsarbete och filmer om Sverige med svensk-amerikanska målgrupper.<sup>37</sup> 1962 ska Cronstioe även ha gjort filmen *Göteborg – En stad i förvandling*, som finns listad i Svensk Filmdatabas.<sup>38</sup> På censurkortet beskrivs filmen som ”Bilder från Göteborg, i samband med valpropaganda”, så det bör ha rört sig om en valfilm.<sup>39</sup> Men filmerna i sig har inte gått att lokalisera. Inte heller *Den gyllene porten* har lämnat många spår i de nationella arkiven. Filmen har censurgranskats och finns därmed registrerad i Statens biografbyrås efterlämnade material. Däremot fanns den vid avhandlingsarbetets början inte registrerad i Svensk Filmdatabas.<sup>40</sup> Själva filmerna fanns inte heller bevarade i varken Svenska Filminstitutets eller Kungliga bibliotekets arkiv.<sup>41</sup> På Regionarkivet i Göteborg kunde jag dock lokalisera två kopior av filmerna, dels en svensk version på drygt 22 minuter och dels en tysk version om 12 minuter med titeln *Das goldene Tor*, som båda har digitaliserats inom ramen för det här projektet.<sup>42</sup> De liknar varandra i stora drag och i det följande kommer i första hand den längre svenska versionen ligga till grund för analysen. Värt att ta i beaktande är att ljudet för denna digitaliserade version är av dålig kvalitet och bitvis osynkroniserat mot bildmaterialet, där speakerrösten framför allt i början av filmerna ligger efter det som syns i bild.<sup>43</sup>

#### *Den gyllene porten*

Ett framträdande drag för den tjugotvå minuter långa filmerna är att de är inspelade i färg. Filmerna inleds med en tagning gjord från en båt som glider fram genom vattnet och under en av broarna i vallgraven i centrala Göteborg, där de omkringliggande byggnaderna speglar sig i vattnet. Filmens titel presenteras, med tillägget: ”En film om Göteborg” och Håkan Cronstioe krediteras för foto och regi. Ackompanjerad av en manlig anonym speakerröst och lättasam klassiskt orkestrerad musik presenteras ett antal av stadens sevärdheter i filmerna, som till viss del struktureras kring en turists tänkta besök i Göteborg. Först en vy från Stigberget över hamnen och de båda älvstränderna. Sedan lokaliseras staden geografiskt på en



Vy över Göteborgs hamn, stillbild ur *Den gyllene porten* (1957).

En tur med turistbåten Paddan, stillbild ur *Den gyllene porten* (1957).

karta över Europa och en historisk målning ger prov på hur staden såg ut på 1700-talet. Därefter lyfts några historiska landmärken fram: Älvsborgs fästning, de båda skansarna Kronan och Lejonet och statyn av Gustav II Adolf, vid torget med samma namn. Efter en presentation av färjor och kryssningsfartyg som lämnar och anlöper stadens hamn förklarar speakerrösten att det är dags att se på staden ”med turistens nyfikna ögon” och sevärdheter i den centrala staden introduceras: Göteborgs museum i Ostindiska huset, stadens kanaler, Centralstationen och Drottningtorget, Brunnsparken och Gustaf Adolfs torg, trafiken längs med Östra Hamngatan och Kungssportsavenyn.

Under en kort scen i Trädgårdsföreningen får åskådaren, som av en händelse, möta en grupp på tjugo deltagare i tävlingen Miss Europa på besök i Göteborg och speakerrösten gör jämförelser mellan skönheten hos de tävlande och parkens blomsterarrangemang. Presentationen av stadens sevärdheter fortsätter med akvariet i Sjöfartsmuseet, en tur genom stadens kanaler och vidare ut till hamnen med turistbåten Paddan. Till bilder från blommande träd och prunkande buskar i den centrala staden och i villaträdgårdar förklarar speakerrösten sedan att ”hela staden blommar” och att ”göteborgaren älskar blommor.” Sedan presenteras kulturinstitutionerna kring Götaplatsen och här förklarar speakerrösten att fontänen med statyn Poseidon av Carl Milles utgör ”något av symbolen och själen i det som är Göteborg”. Därefter ges en kort introduktion till stadens nya bebyggelse i form av höghus i Guldheden och Kortedala. Sedan förkunnar speakerrösten att: ”Varsågoda, vi tar en stund för shopping” och en skildring av affärliv och torghandel i stadens centrala delar följer. Nöjesparken Liseberg ges relativt stort utrymme i en lång, till stor del okommenterad, scen med karuseller av olika slag och trapetskonstnärer filmade i grodperspektiv. Scenen når sin kulmen med en tagning gjord ombord på en vagn i nöjesfältets bergochdalbana som sedan övergår till ett montage av dubbelexponerade tagningar av fyrverkerier, neonskyltar och upplysta karuseller mot en nattsvart himmel. Till en tagning från några av stadens centrala kvarter, där nattens neonskyltar speglar sig i vallgravens vatten, rundar speakerrösten av den tänkta turistens dag i Göteborg: ”I den blå sommarnattsskymningen vandrar vi hem till hotellet.”

Följande morgon inleds den iscensatta turistvistelsen tidigt med ett besök i fiskhamnen där fisk och skaldjur lastas av fiskarnas båtar till fiskauktionen. Sedan presenteras stadens verkstadsindustrier i form av Volvo och SKF och de tre stora varven: Götaverken, Eriksberg och Lindholmen. Arbetsdagen övergår till en skildring av en fotbollsmatch med IFK Göteborg på Ullevi. Som alternativ till fotbollen erbjuder speakerrösten rekreation



och svensk folkdans i Slottsskogen, och sedan bad och strandliv ute vid havet. Filmen avslutas i ett närmast lyriskt crescendo. Till en tagning ur godperspektiv av statyn av Poseidon på Götaplatsen, där solen glittrar i fontänens böjda vattenstrålar förklarar speakerrösten att ”så kommer kvällen igen och Poseidon får guld i sin våta lyra” och fortsätter: ”En stillsam ton från ett dragspel lockar oss ner till hamnen.” Till bilder från hamnen i skymningsljus avrundar speakerrösten sedan filmen: ”Hela hamnen har fått ett skimmer av levande guld. Vi börjar förstå varför göteborgaren så högt älskar sin stad. För honom är den inte bara Sveriges port mot väster. Den är ’Den gyllene porten.’” Den förkortade versionen av filmen följer i stora drag den längre versionen och den text som speaker-rösten läser upp är till stor del densamma och direkt översatt till tyska. Skillnaden består i att flera av de längre scenerna är komprimerade och att några av de kortare scenerna från den längre versionen saknas helt, däribland den korta presentationen av de nya stadsdelarna Guldheden och Kortedala, handeln i stadens centrum och fotbollsmatchen på Ullevi.

### Mot turister och besökare

*Den gyllene porten* spelades in med turister och potentiella besökare till Göteborg som främsta målgrupp. Speakerrösten i den färdiga filmen adresserar också ett ”vi” som själv inte bor i staden. Precis som speaker-rösten uppmanar åskådaren att göra, kan filmen sägas anlägga en turists blick på staden. Bitvis kännetecknas filmen också av en adressering till en manlig åskådare, inte minst i scenen med deltagarna i Miss Europatävlingen, ett tema som kommer att diskuteras utförligare i kapitel 6. Förutom vid den korta presentationen av de framväxande nya stadsdelarna i Guldheden och Kortedala nämns inte stadens välfärdsstatliga utveckling explicit i filmen. Presentationen av de två stadsdelarna är också en av de scener som inte finns med i den kortare versionen. I början av filmen läggs stor vikt vid Göteborgs historia, men till skillnad från i de tidigare filmerna syns ingen potentiell konflikt mellan den historiska och moderna staden. Trots de välfärdsstatliga satsningarnas frånvaro andas filmen en optimism och problemlöshet som kan förstås i relation till den ekonomiska tillväxten med en ökande levnadsstandard och ett större utrymme för fritid och konsumtion – eller ”shopping” som speakerrösten kallar det. Motsatsen är slående mot den kortare versionen av det föregående filmprojektet, *Staden vid Västerhavet*, som trots att den framför allt riktade sig mot turister kännetecknades av en strävsamhet, där semestern framför allt sågs som en paus från arbetet, en möjlighet till en kort stunds vila

inför det kommande arbetsåret. En liknande skillnad syns i beskrivningen av göteborgaren. I den tidigare filmen beskrevs göteborgaren som flitig och arbetsam och den göteborgske varvsarbetarens yrkeskunnighet betonades. I *Den gyllene porten* är göteborgaren i stället någon som älskar blommor.

Filmens framåtriktade anda understryks av att den spelades in i färg. I relation till tv:s svartvita sändningar, som under slutet av 1950-talet fick ett allt bredare genomslag i Sverige, blev rörlig bild i färg ett konkurrensmedel både för biografernas långfilmer och för beställningsfilmen.<sup>44</sup> I en artikel i personaltidningen *Vi på SF* lyfts färgfilmens fördelar för just beställningsfilmen fram i möjligheten att visa upp hur en vara eller dess förpackning faktiskt ser ut. Här betonas också att ”färgen så kraftigt bidrar till att ge åskådaren de lustkänslor, som modern försäljnings- och övertygningspsykologi anser så värdefulla”.<sup>45</sup> Att *Den gyllene porten* spelades in i färg används också flera gånger på ett medvetet sätt. I två olika scener lyfts till exempel blomsterarrangemang och färgprakten hos blommande träd och buskar fram.

Även om det i jämförelse med de tidigare filmerna finns tydliga skillnader i hur filmen adresserar åskådaren och hur Göteborg och göteborgaren representeras finns också likheter, inte minst i vilka platser och attraktioner som lyfts fram. Precis som när det gäller *Sveriges port mot väster* som diskuterades i föregående kapitel markeras redan i titeln till *Den gyllene porten* en rörelse från Göteborg ut mot världen. Alla hitintills diskuterade filmer betonar också på olika sätt Göteborgs geografiska läge eller den riktning ut mot världen som denna lokalisering ger upphov till i sina titlar, vilket kan ses som en återkommande rumslig topik för det sätt på vilket bilden av Göteborg konstrueras. Både i jämförelse med de två tidigare filmprojekten som diskuterats, och från en samtida horisont, förefaller *Den gyllene porten* presentera vad som kan ses som en standarduppsättning av landmärken, aktiviteter och attraktioner i Göteborg: de båda skansarna Lejonet och Kronan, statyn av Gustav II Adolf på torget som bär hans namn, turistbåten Paddan, fontänen med skulpturen av Poseidon på Götaplatsen, Liseberg och så vidare. Därtill hamnen, varven och Volvos och SKF:s industrier. Stundtals understryks landmärkenas funktion som symboler för Göteborg med närmast parodisk kraft. Statyn av Poseidon på Götaplatsen beskrivs i filmen som ”symbolen och själen i det som är Göteborg” och när sommarkvällens solstrålar mot slutet av filmen glittrar i fontänens vatten sägs Poseidon få guld i sin våta lyra. Till tagningen av statyn av Gustav II Adolf förklarar speakerrösten också att grundarens ”förhoppningar om staden har till alla delar infriats”. En





Statyn av Gustav II Adolf på Gustaf Adolfs torg, stillbild ur *Den gyllene porten* (1957).

återkommande topik är också det sätt på vilket filmen knyter stadens olika landmärken till den nationella nivån. Under skildringen av produktionen vid Volvos fabriker betonar speakerrösten att företaget producerar "helsvenska" bilar för världsmarknaden. Mot slutet av filmen framhålls på liknande sätt att det går att dansa just svensk folkdans i Slottsskogen. I tagningen av statyn från Gustaf Adolfs torg understryks detta också visuellt. Tagningen är gjord i grodperspektiv och genom valet av kameravinkel lyfts statyn och en svensk flagga som vajar från stadshuset bakom statyn fram som två isolerade visuella element mot den blå himlen.

Denna nationella orientering bör förstås i ljuset av statens relation till kommunerna och den lokala nivån under 1950-talet. Den bör också förstås i relation till att filmen i första hand riktade sig till svenska och utländska besökare till Göteborg. I sin diskussion om regionfilmgenren menar Bengtsson att många städer, orter och landskap skildras på ett ganska likartat sätt i dessa filmer.<sup>46</sup> Trots att viss lokalfärg ofta framträder, framställs, enligt Bengtsson, den skildrade orten oftast primärt som en del av den större svenska helheten. Detta stämmer dock inte helt in på *Den gyllene porten*. Filmens betoning av Göteborg som svensk stad verkar i hög grad vara ett sätt att adressera en utländsk publik, snarare än att mot

svensk publik betona Göteborg som en del av den nationella gemenskapen.

Med en manlig och ej namngiven berättarröst karaktäriseras filmen till viss del av ett expositoriskt modus. Överlag är argumenten dock känslomässiga snarare än rationella och få siffror används för att understödja argumentationen. Filmen innehåller också scener där speakerrösten direkt kommenterar det som syns i bild och i scenen från Ullevi kommenteras under en kort stund med inlevelse spelet på fotbollsplanen. Filmen innehåller också flera långa okommenterade scener och sekvenser, där bildmaterialet står mer fritt i relation till speakerrösten. Scenerna ligger nära det Keith Beattie kallar *visual display*, där det som förevisas i bild blir en attraktion i sig snarare än att underordnas speakerröstens argumentation.<sup>47</sup> Så är till exempel scenen med turistbåten Paddan i det närmaste okommenterad av speakerrösten och i den långa scenen från Liseberg återfinns ett långt okommenterat avsnitt där trapetskonstnärer, filmade ur grodperspektiv mot en blå himmel, syns genomföra våghalsiga balansakter. I den avslutande delen av scenen från Liseberg ligger filmen också nära ett poetiskt modus, där en tagning gjord ombord på en bergochdalbanevagn övergår till ett montage av dubbelexponerade tagningar på upplysta karuseller, neonskyltar och fyrverkerier mot den svarta natthimlen. Här är också likheterna med Walter Ruttmanns stilbildande storstadssymfoni påtagliga. Men från Svenska institutet, Svenska turisttrafikförbundet och SJ:s filmavdelning, som skulle distribuera filmen internationellt, framfördes kritik mot filmens längd och det rekommenderades att en kortare version av filmen togs fram för internationella målgrupper.<sup>48</sup> I den kortare tyska versionen av filmen är det också flera av de längre och okommenterade scenerna som saknas. Även inom Sverige verkar det framför allt ha varit en förkortad version av filmen om 13 minuter som distribuerades.<sup>49</sup>

### Nationell och internationell distribution

*Den gyllene porten* visades aldrig som förfilm på bio, utan uteslutande i kontexter vid sidan om biografen. Enligt en sammanställning gjord i maj 1957 var 38 kopior av filmen framställda eller beställda.<sup>50</sup> De svenska kopiorna hade lånats ut ett antal gånger från turisttrafikföreningen för visning såväl runt om i Göteborg som i övriga landet och de nordiska grannländerna. Tre kopior av de tyska, franska, engelska samt amerikanska versionerna var ämnade för placering hos resebyråer i respektive land.<sup>51</sup> En av de amerikanska kopiorna skulle också visas ombord på



Filmförteckning 1965–1966 från SJ:s filmavdelning, där *Den gyllene porten* (1957) och *Göteborg – Hjärtpunkt i Norden* (1964) finns upptagna.

fartyget M/S Gripsholm. Utifrån turisttrafikföreningens årsberättelser från slutet av 1950- och början av 1960-talet framstår den som en framgång, med en relativt stor internationell spridning.<sup>52</sup> Utöver de redan nämnda språkversionerna ska även en spansk version ha framställts och i årsberättelsen från 1958 omtalas att språket på en av de tyska kopiorna ändrats till esperanto och att denna kopia under året cirkulerat runt om i Europa.<sup>53</sup> I USA fanns filmen i början av 1960-talet tillgänglig som en *educational film* under titeln *Gothenburg – Gateway to Sweden*.<sup>54</sup>

I det bevarade arkivmaterialet lyfts publiken i Göteborg inte fram som en målgrupp för filmen. Under 1957 och 1958 lånades den dock ut ett antal gånger för visning hos lokala företag, föreningar och organisationer, inkluderande alltifrån Göteborgs högerförbund, Odd Fellow och Göta-

verken till Utby-Gerås civilförsvärsförening, de danska och norska sjömanskyrkorna och Göteborgs hembygdsförbund.<sup>55</sup> Filmen verkar således ha väckt ett visst intresse lokalt, men det är framför allt den nationella och internationella distributionen som lyfts fram i årsberättelserna från turisttrafikföreningen. Detta bekräftar att filmen framför allt var tänkt för turister och framtida besökare till Göteborg och även om den till viss del också visades lokalt sammanfaller den målgrupp (*Adressat*) som filmen initialt producerades för i hög grad med de åskådare den i slutändan kom att visas för.

Den mer omfattande distributionen såväl runt om i Sverige som internationellt skedde framför allt genom SJ:s filmavdelning. Genom denna avdelning, som var underordnad bolagets reklamavdelning som grundats 1932, hade SJ under decennierna efter andra världskriget en omfattande filmverksamhet.<sup>56</sup> Avdelningen nyttjade filmmediet både för att dokumentera förändringar inom järnvägsnätet och för att fortbilda den egna personalen. Genom att distribuera, och tillsammans med turistorganisationer finansiera, kortfilm användes filmmediet också som ett utåtriktat reklammedel.<sup>57</sup> Enligt en artikel i *Dagens Nyheter* från 1946 hanterade filmavdelningen 40–50 filmbeställningar varje dag och nådde mer än en och en halv miljon svenskar om året, något som gjorde den till en av landets största filmdistributörer och filmförevisare.<sup>58</sup> När det gäller *Den gyllene porten* visades filmen 1958 160 gånger på tre olika språk, för totalt nästan 16 000 åskådare, genom avdelningens försorg.<sup>59</sup> Under de följande åren var filmen enligt avdelningen mycket efterfrågad och lånades vid mitten av 1960-talet alltjämt ut frekvent.<sup>60</sup> I bolagets filmförteckning för åren 1965–1966 listas den 13 minuter långa versionen av filmen under kategorin ”Se mer av Sverige” och beskrivs som en ”Sommarfilm från Göteborg”, men några produktionsuppgifter vid sidan om titeln anges inte.<sup>61</sup> I samma förteckning listas också båda versionerna av *Göteborg – Hjärtpunkt i Norden*, som står i fokus i andra halvan av detta kapitel.<sup>62</sup> Den korta versionen av *Den gyllene porten* finns även listad i bolaget Svensk Kulturfilms katalog över 16mm-filmer under perioden 1958–1971.<sup>63</sup> I slutet av 1960-talet fanns filmen också, tillsammans med *Göteborg – Hjärtpunkt i Norden*, listad i kataloger från bolaget Föreningsfilmo, som Filmo, efter en sammanslagning med Föreningsfilm AB, bytt namn till.<sup>64</sup> Även i katalogerna från såväl Svensk Kulturfilm som Föreningsfilmo benämns filmen kortfattat som ”En film om Göteborg”, utan angivelse av regissör eller andra produktionsuppgifter. *Den gyllene porten* fanns således under mer än ett decennium tillgänglig för visning via flera olika distributionsbolag och under andra halvan av 1960-talet parallellt med *Göteborg – Hjärtpunkt i Norden*.

I en artikel från tidningen *SJ-nytt* från 1953 där bolagets filmavdelning presenteras betonades att avdelningen ville undvika att producera alltför hårt drivna reklamfilmer. I stället framhölls, med Gösta Werners *Tåget* som främsta exempel, att man strävade efter att: ”få fram filmer, som – till synes – helt opartiskt skildrar sitt ämne och gör det på ett konstnärligt tillfredsställande sätt. Det har visat sig att man härvid når längst även ur ren reklamsynpunkt.”<sup>65</sup> Att *Den gyllene porten* inte innehåller några uppgifter om att den producerades på beställning av Göteborgs och Bohusläns turisttrafikförening och till största delen finansierades av Göteborgs stadsfullmäktige kan ses just som ett sätt att få den att framstå mer som en neutral film om Göteborg, än som en uttalad reklamfilm för staden. Men även om SJ:s filmer i några fall producerades med uttalat konstnärliga syften av profilerade filmskapare, som i fallet med Gösta Werners *Tåget*, går det att konstatera att ingen av filmerna i SJ:s filmförteckning för åren 1965–1966 har någon angiven upphovsperson.<sup>66</sup> De flesta av filmerna har väldigt kortfattade titlar som på ett prosaiskt sätt beskriver sitt ämne eller den del av landet som filmen skildrar: ”Dalsland”, ”Medelpad”, ”Resa i Sverige” och så vidare. Trots att såväl *Den gyllene porten* och *Göteborg – Hjärtpunkt i Norden* har identifierbara upphovsmän som också anges i själva filmerna, har de anonymiserats i filmförteckningen. Snarare än att framstå som konstnärliga produkter av en given upphovsperson framträder filmerna, så som de presenteras i filmförteckningen, just som ”namnlösa” vilket Heymer och Vonderau menar är kännetecknande för många industri- och beställningsfilmer.<sup>67</sup> Kanske kan detta även förstås som ett sätt att inte låta någon film sticka ut på de andra filmernas bekostnad och att de därigenom kunde fungera som representanter för olika delar av den större svenska helheten, vilket Bengtsson också menar var utmärkande för många regionfilmer.<sup>68</sup>

I Sverige var 1950-talet en stabil period. Den ekonomiska tillväxten var stark och det fanns få mörka moln på den göteborgska himlen. *Den gyllene porten* kännetecknas också av en sorglöshet och optimism som kan förstås i relation till den ökande levnadsstandarden, en allt större fritid och längre semester. Filmen kan ses som ett exempel på de mer renodlade turist- och landskapsfilmer som hade relativt lågt anseende bland mer profilerade filmskapare. I jämförelse med de tidigare filmer som diskuterats hade filmen en omfattande distribution vid sidan om biografen, både inom och utom Sverige. Denna distribution skedde till stor del genom SJ:s filmavdelning, som kan ses som ett exempel på de allt mer utvecklade nationella och internationella nätverken för cirkulation av olika former av reklam- och upplysningsfilm utanför biograferna. Att *Svenska stadsförbundets*

*tidskrift* endast en gång rapporterade om en ny filmproduktion under 1950-talet bör inte tas som intäkt för att produktionen av kommunala stadsfilmer i det närmaste upphörde under decenniet. I stället kan det tolkas som att de mer omfattande och prestigefyllda projekten blev färre och kanske också att de i högre grad kom att visas i kontexter vid sidan om biografen. Vid ingången till 1960-talet var den ekonomiska tillväxten fortsatt god. Samtidigt började det synas tecken på en hårdnande internationell konkurrens.

### En synnerligen angelägen uppgift: *Göteborg – Hjärtpunkt i Norden (1964)*

Redan i början av 1960-talet initierades diskussioner om en ny film om Göteborg som skulle komma att leda fram till filmen *Göteborg – Hjärtpunkt i Norden* (1964). Det bevarade materialet kring filmen är ansenligt, om än spretigt och inkomplett, och ger prov på flera aspekter av ett mer omfattande beställningsfilmsprojekt: diskussionerna om filmens syften och målgrupper, de olika aktörernas inblandning på vägen från initiala diskussioner till färdig film och de sätt på vilka filmen cirkulerades till olika visningskontexter inom Sverige och internationellt. Projektet inleddes med att stadskollegiet i slutet av 1961 tillsatte en arbetsgrupp för en ny film om Göteborg.<sup>69</sup> Gruppen leddes av stadssekreterarna för kultur- respektive industriavdelningen, som i samarbete med Göteborgs och Bohusläns turisttrafikförbund skulle utreda frågan. Efter samtal med bland annat hamn-, turist-, skol- och fastighetsdirektören, samt chefen för konstmuseet sammanfattades arbetet ett år senare.<sup>70</sup> Det slogs fast att behovet både handlade om en film riktad mot turister och om en film ”med syfte att skapa good will för Göteborg som industri-, handels- och hamnstad.”<sup>71</sup> Vad gällde reklam mot turister ansågs att den tidigare filmen, *Den gyllene porten*, skulle kunna användas några år till utan att bli ”direkt omodern”.<sup>72</sup> Den fortsatta diskussionen koncentrerade sig i stället på det senare syftet:

...propagandan för lokaliseringen av industrier och handelsföretag [bedöms] som en för Göteborgs utveckling synnerligen angelägen uppgift. Inför de förväntade stora förändringarna vid europamarknadens utvidgning har man kunnat spåra betydande aktivitet från olika svenska och europeiska städer. Göteborg bör inte försvinna i den propaganda-offensiv som kan förväntas kulminera under åren närmast efter Storbritanniens och eventuellt Skandinavians inträde i EEC. Otvivelaktigt föreligger f.n. betydande svårigheter att anskaffa bostäder och upplåta



industrimark, men stadens aktiviteter för att säkerställa erforderliga markresurser bör kunna medföra en förbättrad situation om några år. Eftersom all erfarenhet visar att propagandaåtgärder för lokalisering av industrier och affärsföretag är en långsiktig fråga bör en eventuell good will-film planeras redan nu. Under de förda överläggningarna har man riktat in sig på en film som i första hand skall vända sig till en kvalificerad utländsk publik.<sup>73</sup>

Frågan om den internationella distributionen krävde fortsatt utredning, men en rad möjliga kanaler listades: ”Svenska ambassader, legationer och konsulat, Svenska institutets utländska kontakter, Exportföreningens korrespondenter, handelskammare och branschorganisationer, svenska dotterföretag och agenter utomlands, internationella mässor samt turistnäringens många kontaktorgan.”<sup>74</sup> Det fastslogs även att filmen borde utformas på ett sådant sätt att visning på tv både i Sverige och utomlands möjliggjordes. Under arbetets gång hade det också framhållits att filmen inte kunde vara det enda sättet att göra reklam för Göteborg, utan att den måste kompletteras med trycksaker och personliga möten.

Arbetsgruppen konstaterade att det även fanns behov av en film för en publik inom landet. Här handlade det bland annat om att göra reklam för Göteborg som exporthamn och om att visa upp staden för svenska företag och arbetsmarknadsmyndigheter. Det framhölls även att den nya svenska grundskolan var på väg att införas och att landets skolor i högre utsträckning skulle komma att utrustas med filmprojektorer. För kommunen skulle det därför kunna vara intressant att bidra med filmmaterial till undervisningen i skolorna, både i Göteborg och andra delar av landet. Samtidigt påtalades svårigheterna i att utforma en film som både skulle kunna användas i skolundervisningen och som reklam mot industrier och företag i utlandet. Problemet skulle dock kunna avhjälpas genom att filmen producerades i flera versioner, riktade mot olika målgrupper. Det diskuterades också om vissa betydelsefulla industrier eller institutioner skulle kunna erbjudas möjlighet att göra tillägg i särskilt utformade versioner av filmen. Att stadskollegiet planerade en ny film om Göteborg med en lång rad olika målgrupper och syften uppmärksammades även av den lokala pressen.<sup>75</sup>

Utifrån dessa premisser erbjöds ett antal filmbolag att utarbeta ett förslag till en film och elva bolag lämnade in anbud i varierande omfattning och prislägen.<sup>76</sup> Efter att dessa studerats beställdes ett komplett manusförslag från det Göteborgsbaserade bolaget Cinag AB, företrätt av filmfotografen Andrej Gavrjusjov.<sup>77</sup> Efter granskning och vissa ändringar av Cinags kompletta förslag inhämtades anbud på produktionen av filmen

från ett antal bolag och därefter föreslogs att Svensk Filmindustri skulle få uppdraget att producera filmen.<sup>78</sup> 1963 ombildade SF sin beställningsfilmsavdelning och startade tillsammans med Sandrews bolaget Filmkontakt för produktionen av beställningsfilm<sup>79</sup> och det var av detta bolag som *Göteborg – Hjärtpunkt i Norden* kom att produceras. På ett tidigt stadium ska även bolagets profilerade regissör Nils Jerring ha varit involverad i projektet,<sup>80</sup> men i slutändan kom Håkan Bergström att regissera den. Fotograf på filmen var Andrej Gavrjusjov, som var med och utformade det ursprungliga manuset.

I samband med att kommittén föreslog SF som producent för stadskollegiet rekapitulerades argumenten för filmen. Återigen underströks den internationella konkurrensen: ”Från andra större städer inom och utom landet tages oavbrutet initiativ som – därest de icke mötas med motsvarande åtgärder – för Göteborg kan leda till stagnation och eventuell tillbakagång.”<sup>81</sup> Kommittén föreslog att totalt 115 000 (drygt 1,25 miljoner kronor i 2020 års penningvärde) skulle avsättas för produktionen av filmen, den första kopian av dess olika språkversioner och det kompletterande tryckta reklamaterialet.<sup>82</sup> Ytterligare kopior av respektive version skulle kunna bekostas genom bidrag från näringslivet eller försäljning av dessa kopior. Både stadskollegiet och sedan stadsfullmäktige ställde sig positiva till det framtagna förslaget och det föreslagna beloppet, även om en av ledamöterna i stadsfullmäktige reserverade sig mot beslutet och ifrågasatte både nyttan med filmen, dess omfattande budget och det sätt på vilket projektet arbetats fram.<sup>83</sup>

Det är tydligt att projektet var en omfattande satsning från kommunens sida. Projektet hade den med råge största budgeten av de filmer som hittills diskuterats i avhandlingen och kommunen stod för hela den initiala kostnaden. Det är också den enda av de undersökta produktionerna där initiativet till filmen kom från stadskollegiet och inte från turisttrafikföreningen eller något filmbolag. Trots att den göteborgska ekonomin gick på högvarv och att det rådde brist på både bostäder och industrimark fanns det ett tydligt upplevt hot kopplat till internationell konkurrens och förändringar inom den europeiska marknaden. Här blev propagandan för att locka nya industrier och företag till staden en del av svaret på detta hot och produktionen av en film om Göteborg en central del av detta arbete. Kommunen kan således på ett direkt sätt ses som filmens beställare (*Auftraggeber*). Filmens huvudsakliga syfte (*Anlass*) var att göra reklam för Göteborg som hamn- och industristad mot en ”kvalificerad utländsk publik” (*Adressat*). Samtidigt bakades fler syften och målgrupper också in i projektet, framför allt turister och skolungdomar.





Från inspelningen av *Göteborg – Hjärtpunkt i Norden* (1964).  
Foto: Folke Johansson.

Filmens omfattande budget kan jämföras med andra liknande projekt inom bolaget Filmkontakt. I sin analys av Gösta Werners arbete inom SF:s beställningsfilmsavdelning och senare inom Filmkontakt lyfter Stjernholm fram de tre olika filmkategorier som bolaget hade för beställningsfilm och respektive kategoris ”kontaktkostnad”.<sup>84</sup> För det första ”informativ film”, som producerades för visningar vid sidan om biografen, oftast arrangerad av beställaren själv. För det andra ”reportagefilm”, till vilken den ”traditionella turistfilmen” räknades, och som producerades för visning både på biograf och på smalfilmsmarknaden. För det tredje det bolaget kallade ”idéfilm”, där en given tematik gavs en mer konstnärligt ambitiös tolkning, och som producerades för att kunna visas tillsammans med en svensk huvudfilm på biograf, på smalfilmsmarknaden och möjligtvis även på TV. Kostnaderna för respektive kategori beräknades till 33 000, 90 000 och 120 000 kronor. Dividerat med bolagets kalkyleringar av respektive filmkategoris möjliga åskådarantal var den beräknade kostnaden per åskådare till 33, 20 respektive 10 ören. Här ligger budgeten för *Göteborg – Hjärtpunkt i Norden* om 115 000 närmast den dyraste kategorin, idéfilmen, vilket understryker att det var en stor satsning från kommunens sida. Genom att filmen producerades av Filmkontakt verkar det även ha funnits möjligheter att återanvända visst generiskt material från liknande stadfilmer som bolaget producerade eller som tidigare producerats av SF. Så används musiken som inleder filmen även i Malmö-filmen *Stad vid färdeväg* från 1961, som producerades av SF:s kortfilmsavdelning, och en animerad karta över Europa används både i *Göteborg – Hjärtpunkt i Norden* och i Varberg-filmen *Ute blåser sommarvind* från 1965, som även den registrerades av Håkan Bergström och producerades av Filmkontakt.<sup>85</sup>

*Göteborg – Hjärtpunkt i Norden* spelades in under 1963 och hade premiär på bio i mars 1964 som förfilm till Luchino Viscontis storfilm *Leoparden*.<sup>86</sup> Under sommaren 1964 lät Göteborgs och Bohusläns turisttrafikförbund göra en mer turistinriktad version av filmen med ”kompletteringar, klippningar, komprimering, ny text och omredigering”.<sup>87</sup> Den nya versionen kom även den att gå upp på bio i Sverige, denna gång tillsammans med Hasse Ekmans *Åktenskapsbrottaren* med premiär i december 1964 och ett 15-tal kopior togs fram för detta ändamål.<sup>88</sup> I vilken omfattning ytterligare versioner av filmen producerades har varit svårt att avgöra. I en tidningsnotis från 1965 nämns produktionen av en eller möjligtvis två nya versioner av filmen med större fokus på Svenska Mässan.<sup>89</sup> I den följande analysen är utgångspunkten de två huvudversionerna. Båda versionerna av filmen, den 18 minuter långa som i första hand riktades mot ett internationellt näringsliv, och den knappt 15 minuter långa, där framför allt



Arbetartidningen rapporterar om förarbetet till *Göteborg – Hjärtpunkt i Norden* (1964)

turister utgjorde målgruppen, finns bevarade och digitalt tillgängliga för forskning.<sup>90</sup> På Regionarkivet i Göteborg finns vidare ett flertal språkversioner och ljudspår till båda versionerna av filmen bevarade. Informationen om de två versionerna är dock knapphändig och det finns till exempel inget årtal givet för någon av dem. Att bedöma materialets skick och huruvida det skulle gå att digitalisera har dock varit svårt och endast ett ljudspår med engelsk speakerröst har digitaliserats inom ramen för föreliggande projekt.

Grundstrukturen och bildmaterialet till de båda versionerna är i stora delar det samma. Typsnittet till titelsekvensen är olika i respektive version.<sup>91</sup> Också speakerröstens text, som i båda versionerna läses upp av den svenske filmregissören och tv-pionjären Åke Falck, skiljer sig åt mellan filmerna, även om de stundtals ligger nära varandra. Den ganska banala grundhistorien om en ung blond kvinna och en ung stadsplanerare som ramar in filmen finns med i båda versionerna, men omnämns mer explicit av speakerrösten i den kortare versionen riktad mot turister. För läsbarhetens skull kommer turistversionen att ligga till grund för den följande sammanfattningen av filmen. Sedan diskuteras de sätt på vilka de två versionerna skiljer sig åt och därefter följer en fördjupad analys av filmen och det sätt på vilket stadens identitet och utveckling konstrueras.

### ***Göteborg – Hjärtpunkt i Norden***

I filmen skildras livet i Göteborg under en dag från morgon till kväll. Filmerna börjar med korta tagningar från en soluppgång över kobbar och klippor i skärgården, ackompanjerade av klassiskt orkestrerad musik. Sedan en hamn- och industristad som vaknar till liv och därefter lokala, nationella och internationella kommunikationer som binder samman staden med omvärlden: bilar, tåg och flyg. En manlig, ej namngiven, speakerröst introducerar den uppvaknande staden och de två karaktärerna som ramar in filmen:



En stad vaknar, en ny dag av sjudande liv. Ett kalejdoskop av händelser, arbete, avkoppling. Ett sammanträffande mellan människor och miljöer, ett snabbsvap genom en modern mångskiftande stad, från kontakterna via etern till kontakten via människor på vänlig våglängd med varandra. Låt oss följa den solblonda flickan in i hjärtat av Göteborg och låt den unge stadsplaneraren visa byggbitar som denna stad blir en trivsamt helhet av. Två ungdomar bland en halv miljon människor som lever, verkar och trivs här. Dom visar er vägar in i vardagen och vänligheten. En vänlighet som går som en mjuk melodi genom denna unga stad.

Den unga blonda kvinnan, iklädd badkläder, ligger i solen på en klippa vid havet. Hon reser sig upp och vänder sig om för att i halvbild leende möta kameran med blicken. Den unge stadsplaneraren, iklädd brun kostym, vit skjorta och slips, befinner sig på ett kontor. Han sitter på huk på golvet och i bakgrunden upptar en stor karta över Göteborg hela väggen. Framför sig har han ett tjugotal kuber med cirka tre decimeter långa sidor. På varje sida av kuberna finns en bild från någon del av staden eller verksamhet i den. Han vrider och vänder på kuberna, koncentrerad på hur de skall passa ihop. Den unga kvinnan, och framför allt stadsplaneraren, återkommer flera gånger i filmen. Ett flertal gånger introduceras olika scener genom att stadsplaneraren snurrar fram en bild av det tema eller den del av staden som ska behandlas på en av kuberna.

Efter det att den uppvaknande staden och de två karaktärerna introducerats placeras Göteborg in på en animerad karta över Europa, där stadens centrala läge i Skandinavien, och dess land- och vattenförbindelser med städer runt om i Sverige, lyfts fram med rörliga vita pilar och streck. Sedan presenteras ett antal olika verksamheter och delar av staden. Först hamnen, ”Sveriges port mot världsmarknaden”. Sedan kommunikationerna till och inom Göteborg: Götaälvbron, motorleder genom staden och Älvsborgsbron, som fortfarande var under planering och därför presenteras i animerad form. Turistattraktioner som fiskhamnen, fiskauktionen och Sjöfartsmuseet avhandlas och sedan en tur med turistbåten Paddan, från de kanaler som holländska arkitekter byggde och vidare ut till hamnen och de stora varven. Stadens varvsindustri och Götaverkens nya storvarv presenteras. Industrierna i staden, i form av SKF, Volvo, Hasselblad och Pripps, lyfts fram som exempel på de ”nära tusen företag som producerar för nära fyra miljarder årligen.” Svenska Mässan presenteras och därpå utbudet av varor och butiker i stadens centrala delar. Stadens nya bebyggelse och förorter lyfts fram, även om inga specifika stadsdelar nämns, och speakerrösten konstaterar att ”Svensk bostadsstandard har världsräkte”.

Det förklaras även kort att ”det gamla Göteborg [också] bevaras” till bilder av några äldre historiska byggnader. I nästa scen står Chalmers tekniska institut och andra utbildningsinstitutioner i centrum.

Därefter skildras sommarstaden Göteborg, med Avenyn, parker och Trädgårdsföreningen, i lyriskt skimmer. Göteborg som kulturstad och institutionerna kring Götaplatsen introduceras och därefter nöjesparken Liseberg och stadens utbud av restauranger, dans och underhållning. Därpå följer hotellen och kongressmöjligheterna i staden. Utbudet av rekreation och fritidsaktiviteter: från de stora åskådarsporterna på Ullevi och det nybyggda Valhallabadet till golf på gröna greener och segling i Långe- drag. Några ”magnetiska utflyktsmål” och sevärdheter längs med kusten norr om Göteborg lyfts fram och sedan badlivet vid havet precis utanför staden. Filmen avslutas med att den unga kvinnan dyker upp på stadsplanerarens kontor och att de båda promenerar ut i den göteborgska sommarkvällen. Till tagningar från en solnedgång över hamnen och skärgården, avrundar speakerrösten filmen.

Den stora skillnaden mellan den kortare, här beskrivna, turistversionen och den längre näringslivsinriktade versionen av filmen, är att scenerna från hamnen, varvs- och verkstadsindustrierna är längre och ges mer detaljerade beskrivningar av speakerrösten i den senare. Scenerna innehåller också fler närbilder av de olika arbetsprocesserna. I den längre versionen beskrivs även stadens insatser för att inkorporera närliggande områden kring staden och därigenom göra plats för nya industrier. Den innehåller också en mer omfattande beskrivning av den nya bostadsbebyggelsen och de nya stadsdelarnas allmänna service, som mer direkt kopplas till behoven inom den expanderande ekonomin. Den längre versionen innehåller även en mer fyllig presentation av stadens skolor och utbildning, med betoning både på behoven inom näringslivet och på studenternas förkovran inom estetiska ämnen.

Båda versionerna av filmen kännetecknas på ett tydligt sätt av ett expositoriskt modus, där bildmaterialet underordnas speakerröstens framställning och som i princip aldrig direkt kommenterar det som syns i bild. Ett framträdande drag i båda versionerna av filmen är speakerröstens bruk av superlativ, positivt förstärkta omdömen och av att siffror används som ett sätt att ge tyngd och saklighet åt argumenten. Ibland märks överdrifter som gränsar till det komiska. Så till exempel när speakerrösten förklarar att: ”Staden ligger på Sveriges solsida, har landets längsta sommar, 144 dagar, och är solrikaste storstaden norr om Alperna.” En tydlig skillnad mellan de två versionerna är att turistversionen är mer välproducerad. Det gäller inte minst hur de olika scenerna knyts ihop och genom att musiken



och pålagda miljöljud används i tydligare samspel med bildmaterialet, även om miljöljuden på sina håll är dåligt synkroniserade mot bilderna. I den turistinriktade versionen förekommer även en del skämtsamma kommentarer av speakerrösten och även musiken utnyttjas vid några tillfällen på ett humoristiskt vis. Under scenen från akvariet på Sjöfartsmuseet används musiken på ett slags karaktärsskapande sätt när sjöhästar och fiskar syns i bild. Att den turistinriktade versionen är mer välproducerad och i högre grad använder sig av humor kan ha flera anledningar. Några förklaringar kan vara att det fanns högre krav på en saklighet när filmen riktade sig mot näringslivet och att det fanns en större efterfrågan på en mer genomarbetad film, med ett visst underhållande värde, när filmen riktades mot mer publika grupper.

### Denna unga stad

De tidigare filmerna som diskuterats i avhandlingen har alla på olika sätt lagt stor vikt vid Göteborgs historia och kopplat den till den svenska nationalstatens historia. I förarbetet kring de två första projekten, *Staden vid Göta älv* och *Sveriges port mot väster/Staden vid Västerhavet*, diskuterades också ett kulturhistoriskt syfte med filmerna: att bevara bilder av den samtida staden för kommande generationer. Under förarbetet till *Göteborg – Hjärt-punkt i Norden* artikulerades inga syften av det slaget. I den färdiga filmen läggs också liten vikt vid stadens historia. I stället betonas upprepade gånger att Göteborg är en ung stad. Redan i inledningen av filmen förklarar speakerrösten att vänligheten går som ”en mjuk melodi genom denna unga stad”. Stadsplaneraren beskrivs också som ung och de två karaktärerna som ”två ungdomar”. Lite senare förklaras att ”Göteborg har gamla anor som boplat, men är bara 350 år som stadsbildning i läget vid hav och älv.” Sedan att Göteborg är en ”stad i ständigt utveckling, i takt med tiden”. Här saknas den syntes mellan historien och den moderna utvecklingen som av flera forskare lyfts fram som ett återkommande tema i många stads- och regionfilmer. I stället för att grunda stadens identitet i historien är blicken stadigt vänd mot framtiden och vid den rationella planeringen av staden, tydligast symboliserad i den unge stadsplaneraren. En alltför lång historia framstår närmast som betungande. Detta ligger i linje med den låga status som historiska och traditionella värden hade inom de rationella ideal som präglade det svenska välfärdsprojektet under 1950- och 1960-talen, något som bland annat Ekström von Essen pekat på.<sup>92</sup>

Två gånger lyfts kortfattat historiska sevärdheter fram i den kortare turistversionen av filmen. Speakerrösten förklarar att ”Saluhallar och

pittoresk torghandel finns också kvar” och att ”Det gamla Göteborg bevaras”. Här framstår det historiska framför allt som charmiga inslag, små reservat i den annars moderna och planerade staden. I den längre versionen av filmen finns en något mer fyllig presentation av stadens äldre bebyggelse. Kort, närmast som i en bisats, förklaras att: ”Överallt i Göteborg finner man kontraster mellan nytt och gammalt. Det kulturhistoriskt intressanta bevaras.” Till detta först en tagning från stenstadens hus kring Vasaplatsen, en tagning med både äldre och nybyggda hus i Majorna och sedan samma kulturhistoriska byggnader som i den kortare versionen. Samtidigt sticker påståendena om kontrasterna mellan gammalt och nytt ut eftersom det är enda gången som den typen av blandning omnämns eller visas i filmen.

Även om kontrasterna mellan gammal och ny bebyggelse omnämns i den längre versionen av filmen syns få spår av de pågående saneringarna av äldre arbetarklasstadsdelar som började ta verklig fart under början av 1960-talet.<sup>93</sup> Som diskuterades i föregående kapitel lyfter Thörn fram saneringarna som en central del av den svenska bostadspolitiken under efterkrigstiden och som en av den urbana ingenjörskonstens disciplinära maktdimension. I Gavrjusjovs och Andréns ursprungliga manus nämns saneringarna, vilket tyder på att de ändå var ett möjligt ämne för filmen, men att det av någon anledning strukits under arbetets gång. I ett av utkastet förklarar den tänkta speakerrösten: ”De äldre stadsdelarna saneras efterhand. Att bostäder som dessa försvinner är endast att fattigdomen försvinner även om någon kan kalla denna miljö för pittoresk eller romantisk.”<sup>94</sup> Beskrivningen skulle ske till bilder av ”Hus i Haga, en port, en gårdsinteriör med dass och soptunnor. Skarven mellan gammalt och nytt vid Chapmans torg i Majorna”. Att saneringen av den byggda miljön ansågs vara ett nödvändigt medel för att råda bot på fattigdomen och att stadsdelarna inte sågs ha några högre sociala eller kulturhistoriska värden speglar den tidstypiska inställningen.

Att liten vikt läggs vid stadens historia syns också i en annan påtaglig skillnad mot de tidigare filmerna. I filmen nämns och syns få av de historiska landmärken eller framträdande symboler för Göteborg som tidigare lyfts fram. Varken någon av skansarna Lejonet och Kronan eller statyn av Gustav II Adolf nämns av speakerrösten. I två tagningar syns Skansen Lejonet respektive statyn av den svenske kungen i bild, men tagningarna är gjorda på avstånd och de två landmärkena är inte på ett tydligt sätt bildernas huvudmotiv. Inte heller fontänen med skulpturen av Poseidon på Götaplatsen ges någon vidare funktion som särskild symbol för Göteborg och förekommer inte heller i några närbilder. I den kortare versionen

nämns den inte alls av speakerrösten. I den längre versionen omtalas den som ”Milles skulptur av havsguden Poseidon” men ges ingen särskild betydelse som symbol för Göteborg. På liknande sätt namnges få specifika stadsdelar, gator och byggnader i staden. Inte heller invånarna i staden ges någon mer utförlig beskrivning. Om det i *Sveriges port mot väster* fanns en betoning av den göteborgske varvsarbetarens kunnande och skicklighet förklaras det under skildringen av stadens hamn i *Göteborg – Hjärtpunkt i Norden* bara att: ”Välutbildad och effektiv personal har hand om lastning och lossning”.

Hur kan då avsaknaden av lokala symboler, landmärken och namngivna stadsdelar tolkas? En möjlig förklaring kan ligga i att den internationella målgruppen antogs sakna tidigare kunskap om Göteborg och därför skulle betrakta det alltför lokala och specifika som överflödigt eller störande. Att några av landmärkena trots allt förekommer i bild kan ses som ett sätt att mer indirekt blidka en lokal och svensk publik, som kände till dem som typiska symboler för Göteborg sedan tidigare. Därigenom fungerade filmen mot flera olika målgrupper. En annan möjlig förklaring ligger just i linje med den låga värderingen av det historiska inom den svenska välfärdsstatliga politiken under 1950- och 1960-talen, där sedvänjor och traditioner ersattes av det rationella och samhälleligt organiserade. Enligt Ekström von Essen utgör nedvärderingen av den lokala identiteten en viktig komponent av folkhemstanken, som i stället syftade till att ”vidga identiteten från det partikulära, från byn, socknen, församlingen till Nationen.”<sup>95</sup> *Göteborg – Hjärtpunkt i Norden* genomsyras dock inte på ett lika påtagligt sätt av en nationellt orienterad diskurs som till exempel *Den gyllene porten*. Kanske kan det tolkas som att även en alltför hårt driven betoning av den nationella identiteten sågs som föråldrad i det genomplanerade välfärdssamhället.

Vissa nationella symboler används trots allt i *Göteborg – Hjärtpunkt i Norden*, om än på ett mindre rättframt sätt än i *Den gyllene porten*. Detta kan exemplifieras med en tagning som återfinns i mitten av turistversionen och som fungerar som slutbild i den näringslivsinriktade versionen. I tagningen syns Gustaf Adolfs torg, med statyn av kungen i dess mitt och den vita kommunala byggnaden kallad Börsen, från vars tak en svensk flagga vajar, i bakgrunden. Bildens centrala betydelsebärande element, statyn av Gustav II Adolf och den svenska flaggan, är således de samma som i den tidigare diskuterade tagningen från samma plats i *Den gyllene porten*. Men till skillnad från i den tidigare filmen nämns kungen inte vid namn. Kamerans placering och distans till statyn gör inte heller betoning av de nationella symbolerna lika påtaglig som i *Den gyllene porten*. I



Statyn av Gustav II Adolf på Gustaf Adolfs Torg, stillbild ur *Göteborg – Hjärtpunkt i Norden* (1964).

*Göteborg – Hjärtpunkt i Norden* konstrueras således en nationell identitet där liten vikt läggs vid det historiska och traditionella. Däremot används en annan nationell stereotyp på ett tydligt framträdande sätt i filmen. ”Den solblonda flickan”, en av de två karaktärer som filmen struktureras kring, kan i högsta grad ses som en tidstypisk svensk kliché som ligger i linje med filmens internationella målgrupper. Här framträder också, återigen, en adressering mot en manlig åskådare, ett tema som kommer att diskuteras utförligare i nästa kapitel.

### Med förbindelser till alla världsdelar

Att på olika sätt styra och reglera stadens cirkulation har varit en central stadspolitisk fråga i alla tider. När Baron Haussmann vid mitten av 1800-talet genomförde den stilbildande omdaning av Paris, med omfattande rivningar och uppförandet av nya breda boulevarder genom den gamla medeltida bebyggelsen, var ett centralt syfte just att underlätta flödet av människor, varor och kapital.<sup>96</sup> På liknande sätt var planeringen av stadens kommunikationer och rörelser en central del av den fordristiska

staden. I *Göteborg – Hjärtpunkt i Norden* är just olika flöden och kommunikationer, både inom staden och de som knyter den samman med andra delar av Sverige och resten av världen, ett bärande tema. När hamnen presenteras förklarar speakerrösten: ”Med 26 000 anlöpande fartyg per år, med välkända rederier, med hundratals båtlinjer och direktförbindelser med metropoler i alla världsdelar. Sveriges port mot världsmarknaden.” Även infrastrukturen och kommunikationerna inom staden lyfts fram:

Mellan stadsdelarna finns en högbro för så där en 70 000 bilar per dygn. Två nya leder färdiga 1967. En stålig Golden gate-bro med nära 50 meter segelfri höjd spänner över älven och under älven borrar sig en sexfilig tunnel för E6-trafiken. Också E3 drar genom stan, här har Sessan-linjen stor betydelse som en vit bro över Kattagatt, från och till kontinenten.

Det som här omtalas som en ”stålig Golden gate-bro” är det som skulle komma att bli Älvsborgsbron. Bron stod färdig först 1966 och illustreras i filmen med en skisserad animerad bro över älven. Inte heller den planerade tunneln under älven, det som skulle komma att kallas Tingstadstunneln, var färdigbyggd vid filmens inspelning, utan invigdes först 1968. I likhet med diskussionen i föregående kapitel kring en beställningsfilms livslängd kan det ha funnits en kalkylering kring att inte inkludera alltför tidsspecifika upplysningar om att bron och tunneln var under uppbyggnad vilka på sikt hade riskerat göra filmen inaktuell. Förhoppningsvis skulle de ju stå klara medan filmen fortfarande användes.

Precis som när det gäller de tidigare filmerna som diskuterats uttrycks redan i titeln till filmen Göteborgs geografiska läge, och mer specifikt dess centrala lokalisering i Norden. Till skillnad från i de tidigare filmerna illustreras stadens kopplingar till omvärlden också visuellt. På den animerade kartan i början av filmen visas med hjälp av vita pilar och linjer Göteborgs förbindelser med andra hamnar och städer runt om i Europa. Kameran zoomar in och samtidigt sker en övertoning till en bild av södra Skandinavien på kartan och speakerrösten förklarar: ”Västkustmetropolen kallas ofta Skandinavien centrum. Det är inget skryt, det är ett lyckligt geografiskt läge med Stockholm, Köpenhamn och Oslo inom en femtiomila cirkel.” Detta visas visuellt med en stor vit cirkel med Göteborg i mitten och de skandinaviska huvudstäderna vid cirkelns ytterkanter, även om deras namn inte skrivs ut. Sedan visas transportvägarna mellan Göteborg och Oslo, Köpenhamn och Stockholm samt andra delar av Sverige med hjälp av vita streck. De idéer som Uno Åhrén 1938 hade i sin tänkta film om Göteborg, som bland annat inkluderade kartor med

visualiserade nationella och internationella färdvägar mot Göteborg, tas här således i bruk. Nu fanns tekniken och en relativt omfattande budget för att kunna genomföra den typen av animeringar.<sup>97</sup> Filmens framträdande tema kring kommunikationer och kontakter med omvärlden ska också förstås i relation till den allt mer omfattande internationaliseringen av Göteborgs näringsliv och en ökande internationell turism till Sverige under 1950- och 1960-talen. Filmen producerades också som en reaktion på ett upplevt internationellt hot om förändringar inom den europeiska marknaden.

### En trivsam helhet:

#### Staden sedd från stadsplanerarens kontor

I den föregående filmen, *Den gyllene porten*, var utgångspunkten en turists tänkta besök i Göteborg. I *Göteborg – Hjärtpunkt i Norden* är utgångspunkten i stället stadsplaneraren och det sätt på vilket han från sitt kontor visar de olika delar av staden som tillsammans skapar ”en trivsam helhet”. Flera av de verksamheter och delar av staden som presenteras i filmen introduceras genom att han snurrar fram en bild av detta tema på en av de kuber han har framför sig. Även stadens utbud av kultur, underhållning och rekreation presenteras som en del av den allt mer utbyggda välfärden. Speaker-rösten förklarar att ”Kulturen är en viktig byggsten” och att ”Det vackra Valhallabadet med saltvattnen i bassängen ingår i ett allt mer utbyggt ståligt idrottscentrum i hjärtat av stan.” För en nutida betraktare kan det tyckas förvånande att även den version av filmen som i första hand riktade sig mot turister i så hög grad kopplas till den välfärdsstatliga utbyggnaden och planeringen. Men som både Kåring Wagman och Strömberg påpekar i sina studier av kommunal reklam respektive kommunala utställningar från 1960-talet är det tydligt att även turister förväntades vara intresserade av stadsplanering och den expanderande välfärdspolitik.<sup>98</sup>

Filmens unge manlige stadsplanerare kan ses som emblematiske för den svenska välfärdsstatliga politiken. Han kan också förstås som en närmast övertydlig representation av ingenjören som från sitt kontor, med hjälp av kartor och bilder, planlägger staden. Här märks också en distans: stadsplaneraren befinner sig på sitt kontor och inte på plats i staden. Han ägnar sig åt bilderna, kartorna och planerna över staden, det distanserade rum som Lefebvre kallar representationernas rum, och befinner sig hela tiden på avstånd från det faktiska stadsrummets spatiala praktiker. I en analys av brittiska dokumentärer om stadsplanering från mitten av 1930- till början av 1950-talet lyfter Gold och Ward fram just stadsplaneraren som





Den unge stadsplaneraren, stillbild ur *Göteborg – Hjärtpunkt i Norden* (1964).

en återkommande karaktär.<sup>99</sup> Enligt Gold och Ward skildrades planeraren oftast som en manlig och ej namngiven teknokrat som löser olika komplexa planeringsproblem för samhällets bästa. Anonymiteten understryks av att planeraren sällan vände sig direkt mot åskådaren, avsaknaden av synkroniserat ljud och användandet av en likaledes namnlös speakerröst. Inte heller i *Göteborg – Hjärtpunkt i Norden* är planeraren en namngiven och i staden faktiskt verksam stadsplanerare. Han vänder sig inte heller direkt till åskådaren och användandet av kuberna som ett sätt att visa upp stadens olika delar och verksamheter kan inte heller tolkas som en realistisk skildring av en stadsplanerares arbete. Här märks en skillnad i den dokumentära strategin i jämförelse med det tidigare mest omfattande filmprojektet, *Sveriges port mot väster* från 1946. I den filmen skildrades med synkroniserat ljud en faktisk debatt i stadsfullmäktige om uppförandet av småhusbebyggelse i stadsdelen Utby. En anledning till de två filmernas skillnad i användning av synkroniserat ljud bör dock ha varit att *Göteborg – Hjärtpunkt i Norden*, till skillnad från *Sveriges port mot väster*, planerades för en omfattande internationell distribution. Som Thomson visat undveks ofta synkroniserat ljud i filmer som skulle distribueras internationellt för att underlätta framställandet av olika språkversioner.<sup>100</sup>

I föregående kapitel argumenterade jag för att *Sveriges port mot väster* kunde ses som en representation av det Foucault kallar pastoral makt, där stadens myndigheter tar ansvar för alla sina invånare från vaggan till gravsten. Inte minst utgjorde barnen och det sätt på vilket stadens myndigheter sörjde för dem, deras fostran och utveckling ett centralt tema i filmen. Denna typ av omsorg syns inte i *Göteborg – Hjärtpunkt i Norden*. Här är det snarare det heterosexuella paret som får symbolisera den framåtskridande utvecklingen. Även här märks en skillnad i de dokumentära strategierna. I *Sveriges port mot väster* lyftes specifika, om än inte namngivna, föräldralösa barn ("den här lille gossen") fram som ett slags bevis på stadens insatser och som ett medel för att skapa känslomässigt engagemang. Skildringen i *Göteborg – Hjärtpunkt i Norden* är, återigen, mer distanserad. Vid sidan om stadsplaneraren och den unga kvinnan, som uppenbart är fiktiva karaktärer, görs inga hänvisningar till specifika grupper av invånare eller personer som syns i bild.

Det distanserade förhållningssättet syns även i skildringarna av stadens hamn och varvs- och verkstadsindustrier. I såväl *Staden vid Göta älv* som i *Sveriges port mot väster* fanns en påtaglig närhet i skildringen av arbetet i hamnen och på varven: skarorna av arbetare som om morgonen tog sig till hamnen för en ny arbetsdag i *Staden vid Göta älv* och den göteborgske varvsarbetarens yrkeskunnighet i *Sveriges port mot väster*. I båda filmerna betonades också varvens audiella stökighet, antingen av speakerrösten eller med hjälp av pålagda miljöljud. Denna typ av närhet och miljöskildring syns inte i *Göteborg – Hjärtpunkt i Norden*, även om den längre versionen innehåller en del närbilder på arbetarna i hamnen och på varven och på olika arbetsprocesser. Med siffror presenteras hamnen mer som ett rationellt transportcentrum, än som en vardaglig arbetsplats. Också när det gäller presentationen av SKF:s, Volvos och Pripps fabriker ligger betoningen i högre grad på de varor som producerades än på de arbetare som var involverade i produktionen, något som understryks i bildernas komposition. En bit in i filmen, när stadens utbud av "förstklassiga restauranger" presenteras, finns en annan talande bildkomposition. En man och en kvinna sitter till bords på vad som får förmodas vara en av stadens bättre restauranger, förmodligen Henriksberg vid Stigbergstorget. De tar för sig av den av kyparen erbjudna maten och drycken. Genom det stora fönstret i bakgrunden kan paret – och åskådaren – på distans njuta av utsikten över stadens hamn- och industriområden. Snarare än en plats präglad av arbete, framställs hamnen här närmast som en bild, något att skåda på håll – genom en fönsterruta.

Den distanserade skildringen av staden kan, vill jag hävda, ses som en



Restaurangbesök med utsikt mot Göteborgs hamn, stillbild ur *Göteborg – Hjärtpunkt i Norden* (1964).

spegling av den välfärdsstatliga planering som genomsyrar filmen och det Foucault kallar en biopolitisk styrning. Snarare än att fokusera på enskilda individer inriktar sig denna styrning på befolkningen som helhet, med sin grund i vetenskap, statistisk och expertis. Detta syns både i stadsplanerarens centrala roll i filmen, hur siffror återkommande används i speakeröstens argumentation och hur individer sällan lyfts fram. I en scen där ett av de nya bostadsområdena i staden presenteras syns en kvinna sitta i en soffa i ett vardagsrum och läsa en tidskrift. Speakerrösten förklarar: ”Familjen bor rymligt, ändamålsenligt, i modern svensk formgivning i väl stämnda färger.” Inte heller här framställs det välutvecklade boendet och den moderna inredningen utifrån familjens perspektiv eller individuella val, utan som resultat av den välfärdsstatliga planeringen. På avstånd läggs staden och livet tillrätta.

Som redan påtalats lyser den urbana ingenjörskonstens disciplinära maktdimension och saneringen av äldre arbetarklasstadsdelar med sin frånvaro. Är det något som genomsyrar filmen är det just en presentation av Göteborg som en stad i konfliktfri harmoni och upprepade gånger används även förstärkningar som ”Europas ledande” och ”världens charmigaste”. I filmen artikuleras inga tydliga problem som den välfärdsstatliga

politiken ska lösa. Här syns heller inte den konflikt mellan stadens historia och samtida utveckling som var påtaglig i tidigare filmer. Under förarbetet med filmen framhölls att vissa av de problem som den snabba ekonomiska utvecklingen kantades av, framför allt brist på arbetskraft, bostäder och industrimark, borde synas i filmen.<sup>101</sup> I den längre versionen, framför allt riktad mot industrier, antyds dessa problem, när speakerrösten i inledningen talar om ”ett samhälle med växtvärk här och svårigheter där”. Men i övrigt är det bitvis en närmast utopisk drömvärld som presenteras, där det alltid är sommar och solen alltid lyser.

#### Inom och utom landet:

##### Distribution, visning och mottagande

I mars 1964, några veckor innan *Göteborg – Hjärtpunkt i Norden* gick upp som förfilm på bio, premiärvisades den i Göteborg för ett hundratal speciellt inbjudna gäster. Flera lokala tidningar var på plats och gav filmen överlag positiva omdömen. I *Göteborgs-Posten* menade skribenten att ”Fotot och färgsättningen är en konstnärlig fullträff. Man har verkligen upptäckt många av dom synvinklar som göteborgaren själv anser vackrast i staden.”<sup>102</sup> Under rubriken ”Lyckad Göteborgsfilm” konstaterades i *Göteborgs Handels- och Sjöfartstidning* att ”...den hjärtliga applåden efter filmen visade att den blev allmänt uppskattad.”<sup>103</sup> I båda kommentarerna betonades det faktum att alla de som medverkade i produktionen utom produktionschefen Arne Nilsson hade Göteborgs-anknytning: regissören Håkan Bergström, manusförfattaren Gösta Andréén, speakern Åke Falck och fotografen Andrej Gavrjusjov.

Några veckor senare, efter filmens premiär på bio, lyfte *Göteborgs-Postens* skribent frågan om de alltför många och likartade stadsfilmerna:

Det har blivit vanligare än egentligen är angenämt att städer och bygder låter skildra sig i kortfilmer. Många gånger undrar man om propagandavärdet kan vara tillräckligt stort i förhållande till utgifterna när man ser hur upprepningarna smyger sig in, hur tekniken blir densamma i stad efter stad.<sup>104</sup>

Men även här pekas manusförfattarnas och fotografens bakgrund i Göteborg ut som en av anledningarna till att filmen trots allt undvikit det alltför schablonmässiga och blivit ”en film som man ser med nöje och intresse”.<sup>105</sup> Även i Stockholmstidningarna publicerades under 1964 flera notiser om filmen.<sup>106</sup> Året därpå, i en kort artikel i *Göteborgs Handels- och Sjöfartstidning* om att Andrej Gavrjusjov skulle anlitas som fotograf på



Inbjudan till premiärvisning av *Göteborg – Hjärtpunkt i Norden* (1964) på biografen Spegeln.

Gösta Werners film om Lund, omtalas *Göteborg – Hjärtpunkt i Norden* som ”den uppmärksammade och överallt lovordade filmen om Göteborg”.<sup>107</sup> Men om tidningskommentarerna i Göteborg var positiva framkom några år senare en annan syn på filmen. Under en debatt i Stockholm 1967 om det svenska kortfilmsklimatet visades filmen och fick av Rolf Wohlin, en av de medverkande regissörerna, stå som exempel för ”slappa, schablonmässiga och insnöade beställningsfilmer”.<sup>108</sup> Detta ligger i linje med den skilda uppfattning om många kommunala stadsfilmer, som tidigare diskuterats. Om en film som *Göteborg – Hjärtpunkt i Norden* från beställarens eller den lokala pressens sida framstod som påkostad och välgjord, kunde den i mer profilerade filmskapares ögon ses som schablonmässig och konstnärligt torftig.

Distributionen inom Sverige skedde genom en lång rad olika kanaler. Filmen lånades ut direkt från kommunen och från turisttrafikförbundet. Enligt förbundets årsberättelse för 1964 hade filmen både i 35- och

16mm-format lånats ut flitigt till skolor, föreningar och under höstens valrörelse.<sup>109</sup> Båda versionerna av filmen distribuerades även via SJ:s filmavdelning, detta samtidigt som *Den gyllene porten* fortfarande fanns tillgänglig och hyrdes ut frekvent av avdelningen.<sup>110</sup> Filmen fanns även listad i SF:s skol- och smalfilmskataloger från 1964 till 1980.<sup>111</sup> Från mitten av 1960-talet till andra halvan av 1970-talet fanns filmen också listad i kataloger från Starfilm, Föreningsfilmo och Svensk kulturfilm.<sup>112</sup> När det gäller visning i skolor finns den upptagen under rubriken Hembygds-kunskap i AV-centralens katalog för Göteborgsområdet från slutet av 1960-talet och ett knappt decennium framåt.<sup>113</sup> Från mitten av 1960-talet och framåt fanns den också listad under rubriken Geografi i AV-kataloger från flera andra städer och regioner, som till exempel Malmö, Karlskrona och Stockholm.<sup>114</sup> I den senare stadens fall fanns den listad ända in på 1980-talet. I de flesta fall anges filmens längd till 18 minuter, så det får förmodas att det rör sig om den längre versionen av filmen, initialt framför allt riktad mot målgrupper inom näringslivet. I katalogerna anges filmen som lämplig för mellan- och, i vissa fall, låg- och högstadiet. På liknande sätt som när det gäller de tidigare filmerna anges varken i katalogerna från AV-centralerna eller från någon av de andra bolagen eller organisationerna att filmen var producerad på beställning av Göteborgs stad. Sällan anges heller några andra uppgifter än längd eller produktionsår för filmen. Det bör understrykas att det inte bara var film som distribuerades via AV-centralerna. I de kataloger som filmen finns upptagen i listas också en lång rad andra mediala tekniker. I till exempel katalogen från Malmös skolor 1970 upptogs förutom film: ”ljudband, grammofonskivor, ljudbildband och bildserier”.<sup>115</sup> Även SF:s skolfilmsavdelning hade redan under 1950-talet börjat distribuera bildband, med eller utan ljud, som ett sätt att tillhandahålla alla olika former av projicerad bild för skolmiljö.<sup>116</sup>

Filmen visades aldrig på tv i Sverige, och när det gäller visning av stads- och landskapsfilmer på tv verkar det, som tidigare påpekats, ha funnits en avvaktande hållning från Sverige Radios sida. Slutligen kom filmen också att visas vid flera lokala föreningars, företags och kyrkors möten och sammankomster, till exempel HSB, kyrkan Sjömansgården, Göteborgs och Bohusläns Sparbank och Lingförbundet i Göteborg, ända in på 1970-talet, där visningen av filmen i flera fall lyfts fram som en attraktion i tidningsannonsen för arrangemanget.<sup>117</sup>

För den internationella distributionen producerades båda versionerna av filmen på engelska, tyska, och franska och den längre versionen ska även ha producerats på finska.<sup>118</sup> På engelska fick filmen titeln *Gothenburg*



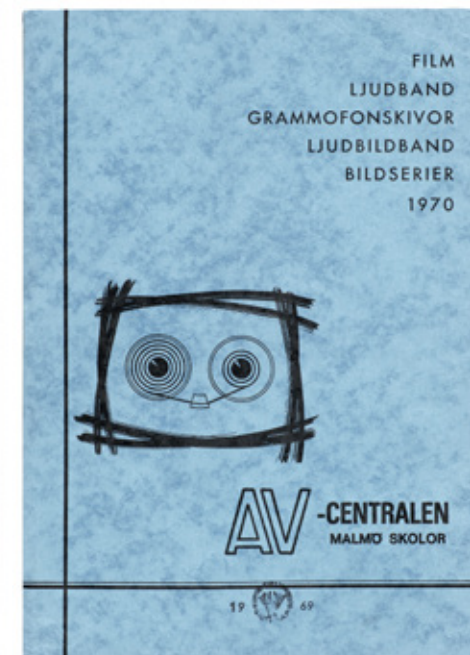
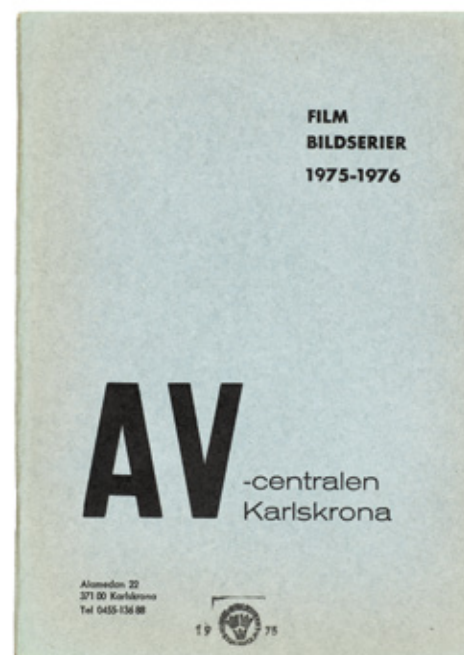
– *The heart of Scandinavia*.<sup>119</sup> I turisttrafikförbundets årsberättelse för 1965 berättas att kommunen tillsammans med förbundet beställt 58 kopior av filmen och att den fått en stor internationell spridning:

Större delen av distributionen har gått genom Svenska institutet som placerat filmen dels hos effektiva distributörkedjor i USA, Tyskland och Schweiz, dels hos de svenska ambassaderna i samtliga länder som kan tänkas ha eller få intresse av Göteborg, sammanlagt ca 25 nationer, däribland utom Europa och USA avlägsna marknader som Japan, Indien, Canada etc.<sup>120</sup>

Båda versionerna av filmen finns också listad i Svenska institutets filmkatalog för åren 1967/1968 och den långa versionen av filmen finns listad i *British national film catalogue* från 1968 och här anges Svenska institutet som filmens sponsor.<sup>121</sup>

*Göteborg – Hjärtpunkt i Norden* hade således en omfattande distribution via flera olika kanaler, både inom Sverige och internationellt. Att båda versionerna av filmen visades som förfilm på biograf visar att detta fortfarande var en möjlig visningskontext för prestigefyllda beställningsfilmer vid mitten av 1960-talet. Till skillnad från *Den gyllene porten*, som helt och hållet rörde sig i visningskontexter vid sidan om biografen, var *Göteborg – Hjärtpunkt i Norden* del av både biofilmens och den icke-biografförevisade filmens kretslopp. Här blir gränsen mellan dessa kategorier (*theatrical* och *non-theatrical cinema*) svår att dra.

Trots att den lokala publiken inte var någon uttalad målgrupp väckte filmen intresse även i Göteborg. Fortfarande verkar det ha funnits ett starkt lokalt sug efter att se den egna staden i rörlig bild, vilket inte minst det sätt på vilket filmen visades vid olika föreningars och företags sammankomster in på 1970-talet pekar på. Den lokala pressens kommentarer var genomgående positiva och präglades av en påtaglig lokalpatriotisk ton, där det betonades att flera av de inblandade i projektet hade anknytning till Göteborg. Men även om filmens speaker Åke Falck var född i Göteborg och arbetade vid Göteborgs stadsteater var han också tydligt profilerad inom den framväxande nationella televisionen och talar i filmen med en rikssvensk snarare än göteborgsk dialekt. Falcks medverkan som speaker fungerar således på flera nivåer i filmen, med riktning både mot en nationell och lokal publik. Det pekar, återigen, på att filmen undviker det alltför lokalt färgade, samtidigt som den också väckte intresse och stolthet hos den lokala publiken.



Urval av filmkataloger som *Göteborg – Hjärtpunkt i Norden* (1964) finns upptagen i.

### Kommunal stadsfilm, välfärdsstat och dispositiv

*Göteborg – Hjärtpunkt i Norden* kan också ses som ett tydligt exempel på det Vonderau och Waller kallar *para-sited cinema* respektive *multi-sited cinema*, där filmen rör sig mellan och får nya betydelser i en lång rad olika visningskontexter.<sup>122</sup> De många olika och högst tillfälliga kontexter som *Göteborg – Hjärtpunkt i Norden* visades inom gör att filmen bör förstås som just den typ av tidsbegränsad händelse som Elsaesser argumenterat för att beställningsfilmer bör analyseras som.<sup>123</sup> Enligt Zimmermann är också just spårandet av dessa temporära visningstillfällen en viktig del av att skapa förståelse för användningen av en viss film och den betydelse den tillskrivs i olika kontexter.<sup>124</sup> Filmens många tillfälliga visningskontexter ska förstås som olika dispositiv, där varje visningssituation skapar ett visst förhållande mellan film och åskådare och specifika förutsättningar för hur filmen ska tolkas. Under förarbetet med filmen uttrycktes svårigheten med att producera en film mot flera olika målgrupper, inte minst mot både ett internationellt näringsliv och för skolans undervisning. Trots detta distribuerades filmen mot en rad olika målgrupper och när det gäller skolan togs ingen särskild version fram för denna kontext. Det som ursprungligen benämndes som en propaganda- och goodwill-film för Göteborg, med syfte att göra reklam för Göteborg mot industrier och turister, kom således att under mer än ett decennium finnas tillgänglig för användning inom ramen för den svenska skolans geografiundervisning och, i Göteborgs-området, som en del av hembygdsundervisningen. I sin studie av skol-TV:s framväxt under 1960-talet diskuterar Margareta Borg på liknande sätt hur det sällan togs hänsyn till ett bildmaterials ursprungliga tillkomst eller målgrupp, något som bidrog till ett ”många gånger heterogent utbud, som inte bara stod i opposition sinsemellan utan också till skolplanen”.<sup>125</sup> Borg kopplar detta till ett starkt förtroende för den dokumentära framställningsformen.<sup>126</sup> Det är också i ljuset av detta som det faktum att Göteborgs stad aldrig anges som avsändare i filmen ska förstås och att filmen därigenom kunde framstå som en mer neutral film om Göteborg än som en PR- eller reklamfilm för staden. Liknande tendenser syns även inom SF:s skolfilmsavdelning under decennierna efter andra världskriget, där det i vissa fall framhölls som viktigt att särskilja skolfilmen från andra typer av bildande filmer, att den skulle vara producerad specifikt för att användas i undervisningen, medan det i andra fall fanns en ganska liberal inställning till att även distribuera filmer producerade av näringslivet och privata företag genom skolfilmsavdelningen.<sup>127</sup>

Precis som när det gäller *Sveriges port mot väster/Staden vid Västerhavet* från 1946 var *Göteborg – Hjärtpunkt i Norden* ett prestigeprojekt från stadens sida. Men där det tidigare projektet motiverades utifrån ett behov av att skapa demokratiskt fostrade medborgare och upplysa dem om kommunens välfärdsstatliga satsningar, sågs det senare i stället som ett medel för att stärka och bibehålla Göteborgs position inom den internationella ekonomin. *Sveriges port mot väster* blev dock något av ett misslyckande och det fanns få distributionskanaler och visningskontexter utvecklade för att invånarna i Göteborg faktiskt skulle kunna ta del av filmen. När *Göteborg – Hjärtpunkt i Norden* hade premiär 18 år senare fanns ett mer omfattande nätverk för distribution och visning etablerat. Inom landet var denna distribution bland annat kopplad till en av de centrala välfärdsstatliga institutionerna: den svenska skolan. Filmen distribuerades även genom det rikstäckande statliga bolaget SJ:s filmverksamhet. Vid mitten av 1960-talet fanns således en lång rad visningskontexter på plats inom välfärdsstaten, genom vilka dispositiv kunde skapas för en kommun som Göteborg att med hjälp av filmmediet styra bilden av staden mot en lång rad olika målgrupper.

### En stadsfilm på rekordårens höjdpunkt

Av de fyra filmer/filmprojekt om Göteborg som hittills analyserats har tre av dem en narrativ struktur där filmerna inleds på morgonen och avslutas på kvällen. Förutom i *Göteborg – Hjärtpunkt i Norden* syns denna struktur tydligast i *Staden vid Göta älv* från 1938. Det bör dock påpekas att strukturen inte används på ett särskilt genomgripande sätt i filmerna. Snarare fungerar den som något av en yttre ram för filmerna: de inleds på morgonen och avslutas på kvällen, men huvuddelen av filmen struktureras inte utifrån den fortlöpande dagens skiftningar. Den rumsliga topiken ”En dag i staden” var något av en urform för många av mellankrigstidens storstadssymfonier, men den är alltså också återkommande för den typ av kommunala stadsfilmer som står i fokus i den här avhandlingen. Greppet att skildra staden från morgon till kväll skulle kunna förstås i relation till den funktionalistiska och fordristiska stadens principer om att planera staden och inordna det kaotiska och simultana i en större välordnad helhet. *Göteborg – Hjärtpunkt i Norden* inleds med att betona den moderna stadens mångfald av simultana händelser och aktiviteter (”Ett kalejdoskop av händelser, arbete, avkoppling”), men sedan ligger fokus på hur stadsplaneraren skapar en välplanerad helhet av staden. Rörelsen från morgon till kväll blir då en tacksam struktur för att rama in livet i staden i linje med denna

helhet. Samtidigt krävdes det viss dokumentär kreativitet för att kunna inleda filmen med en soluppgång över havet. Eftersom havet ligger väster om Göteborg och solen går upp i öster kan den inledande tagningen där solen syns gå upp mot havets horisont knappast föreställa en gryning utanför Göteborg.

Även om många turist- och stadsfilmer under 1950- och 1960-talen sågs som schablonartade och illa genomtänkta av mer konstnärligt profilerade filmskapare, har jag i det här kapitlet visat hur en prestigeproduktion som *Göteborg – Hjärtpunkt i Norden* hade potential att nå en lång rad olika målgrupper, såväl lokalt, som nationellt och internationellt. Under andra halvan av 1960-talet fortsatte förändringarna av det mediala landskapet och *Göteborg – Hjärtpunkt i Norden* lär ha varit bland de sista stadsfilmerna som visades både som förfilm på biograf och i andra visningskontexter. Filmreformen och inrättandet av Svenska Filminstitutet innebar genomgripande förändringar av det svenska filmlandskapet och produktionen, distributionen och visningen av såväl spelfilm som olika former av kort- och beställningsfilm, vilket kommer att diskuteras i nästa kapitel.

Mitten av 1960-talet var på många sätt också höjdpunkten för de svenska rekordåren och för varvs- och verkstadsindustrierna i Göteborg. Under decenniet gick det att se tecken på en hårdnande internationell konkurrens och positionen för många tidigare framgångsrika industristäder framstod inte längre som självklara.<sup>128</sup> Under andra halvan av 1960-talet började det också att växa fram en allt bredare kritik mot distansen mellan myndigheter och invånare och just det välfärdsstatliga expertsamhället som *Göteborg – Hjärtpunkt i Norden* kan ses som en representation av. 1965 startades på uppdrag av stadskollegiet tidskriften *Vårt Göteborg* som kan ses som ett tidigt försök att överbrygga något av denna kritik. I ledaren till det första numret förklaras det att:

*Vårt Göteborg* ser som sin viktigaste uppgift att främja samhörigheten bland alla invånare i vår stad. En förutsättning för gemenskapskänsla är kunskap om den krets vari man inneslutits. Först i och med delaktighet i vad som sker i ett samhälle får ordet medborgarskap sin rätta betydelse.<sup>129</sup>

I nästa kapitel står de här skisserade förändringsprocesserna och det växande intresset för kommunal information som ett medel för att skapa delaktighet och ett fördjupat medborgarskap i fokus.

## DEL II

### 6. Grus i maskineriet

#### Kommunal information och en Göteborgsfilm från 1973

Under andra halvan av 1960-talet färdigställdes flera av efterkrigstidens stora infrastruktur- och byggnadsprojekt i Göteborg. 1967 invigdes Älvsborgsbron och ett år senare den sexfiliga Tingstadstunneln under älven. Som en del av miljonprogrammet växte nya stadsdelar, som Bergsjön, Hammarkullen och Gårdsten, fram i de nordöstra delarna av staden. Under decenniets andra hälft intensifierades också rivningarna av flera äldre arbetarstadsdelar i centrala Göteborg. I områden som Landala, Annedal och Östra Nordstan skedde en närmast total sanering av den äldre bebyggelsen. Samtidigt började det gå grus i det välfärdsstatliga maskineriet. Tiden var socialt och politiskt turbulent, såväl runt om i världen som i Göteborg, med en internationellt orienterad och allt mer hårdför vänsterpolitisk rörelse och en ungdomsgeneration som ifrågasatte både sina föräldrars och det socialdemokratiska folkhemmets ideal.<sup>1</sup> Genom oljekrisen accentuerades vid mitten av 1970-talet brottet med den expansiva efterkrigstiden och det fordristiska stads- och samhällsbygget. Krisen drabbade en hamn- och industristad som Göteborg hårt och slog inte minst mot stadens varvsindustrier. Men redan under den senare hälften av 1960-talet hade en allt större kritik vuxit fram mot välfärdsstaten och dess storskaliga planeringsambitioner. I städerna hamnade miljonprogrammets nya bostadsområden, massbilismen med dess tillhörande trafikapparater, och rivandet av äldre centralt belägen bebyggelse i centrum för kritiken. Stadsplaneraren, den emblematiske symbolen för välfärdsstaten, som från sitt kontor planlade staden i filmen *Göteborg – Hjärtpunkt i Norden* från 1964, började förmodligen bara några år senare att framstå som daterad.

Under 1960-talet accentuerades också den mediala brytningstiden. Tv tog allt mer över som det centrala audiovisuella mediet. Billigare och



lättare filmutrustning möjliggjorde enklare inspelning utanför studio och en ny ung generation filmskapare utmanade den etablerade filmbranschen. Under 1960-talet växte det också fram en ny typ av dokumentärfilm både i Nordamerika och i Europa, som tog avstånd från den dokumentära filmens konventioner som varit rådande sedan slutet av 1930-talet. I Sverige framstår tv-mediet som en viktig kontext för den dokumentära filmens utveckling under 1950- och 1960-talen.<sup>2</sup> Inte minst Filmavdelningen, senare Dokumentärfilmsavdelningen, inom Radiotjänst/TV som startades 1956 med Lennart Ehrenborg som chef, var ett viktigt forum för utvecklandet av nya representationsformer inom dokumentärfilm, amatörfilm och experimentell kortfilm.<sup>3</sup> Filmreformen 1963 och etablerandet av Svenska Filminstitutet innebar också en genomgripande omvandling av det svenska filmlandskapet och dess former för produktion, distribution och visning.<sup>4</sup>

Även när det gäller beställningsfilm var 1960-talet en brytningstid. Den svenska produktionen och distributionen av beställningsfilm påverkades både av institutionella förändringar inom den bredare filmbranschen och av framväxten av nya audiovisuella medier. Under decenniet etablerades en mer utpräglad uppdelning mellan spelfilm, konstnärligt syftande ”fri kortfilm” och olika former av beställningsfilm och deras respektive former för produktion, distribution och visning.<sup>5</sup> En viktig förändring för denna studie är att en av de tidigare visningskontexterna för beställningsfilmer, som förfilm till det ordinarie bioprogrammet, försvann under 1960-talet med undantag för den korta reklamfilmen.<sup>6</sup> 1960-talet innebar också början till slutet för SF:s inflytelserika skolfilmsavdelning. 1961 togs avdelningens verksamhet över av SF:s nystartade företag AB Informativ film, vars namn kan ses som ett tecken i tiden på det växande intresset för olika former av information bland såväl offentliga som kommersiella aktörer.<sup>7</sup> Företaget skulle dock komma att bli kortlivat och lades ner efter bara något år.

Forskningen om beställningsfilm från mitten av 1960-talet och framåt är begränsad, både i Sverige och internationellt. En överblick till produktionen av beställningsfilm i Sverige under början av 1970-talet ges i ett temanummer av tidskriften *TM: Tekniskt meddelande* som gavs ut av Svenska Filminstitutet.<sup>8</sup> Här kallas beställningsfilmen för ”filmindustrins tysta majoritet” och det konstateras att branschen är oöverskådlig, med många små bolag.<sup>9</sup> Utifrån statistik från landets filmlaboratorier bedömdes dock att minst hälften av all film som framkallades i Sverige var beställningsfilm.<sup>10</sup> När det gäller distributionen av smalfilm, till vilket beställningsfilm räknades, föreslogs i Harry Scheins och Gösta Larssons utredning ”Smal-

filmsdistribution” från 1972 inrättandet av en statlig smalfilmscentral som ett sätt att skapa ett enhetligare och mer överskådligt distributionssystem.<sup>11</sup> Planerna mötte dock hård kritik från aktörer inom filmbranschen och kom aldrig att realiseras.<sup>12</sup>

## Kommunal information

Parallellt med den offentliga sektorns expansion, det radikaliserade samhällsklimatet och de mediala omvandlingsprocesserna blev statlig och kommunal information en allt mer diskuterad fråga i Sverige.<sup>13</sup> I många städer skedde en expansion av det kommunala informationsarbetet under andra halvan av 1960-talet och början av 1970-talet.<sup>14</sup> I en statlig utredning om den kommunala demokratin framhölls utökad och förbättrad information som ett medel för att överbrygga glappet mellan politiken och kommunernas invånare.<sup>15</sup> Här betonades inte minst vikten av att skapa ett informationsflöde i båda riktningarna mellan myndigheterna och medborgarna.<sup>16</sup> Samtidigt växte en kritik mot det nya intresset för den offentliga informationen fram och det ifrågasattes om den levde upp till de högt ställda ambitionerna. Sociologen Jan Ekecrantz argumenterade till exempel för att den expanderande informationspolitiken under åren kring 1970 fungerade som ett sätt att upprätthålla de grundläggande maktstrukturerna.<sup>17</sup> Genom en produktion av tillrättalagd och förment neutral information kunde de egentliga intressekonflikterna enligt Ekecrantz skylas över. Kåring Wagman argumenterar också för att det vidgade intresset för kommunal information egentligen bör betraktas som ett första svar på den djupare kris som den välfärdsstatliga politiken genomgick, och som en inledande fas av rörelsen mot en entreprenöriellt inriktad kommunal politik, där kommunens medborgare i allt högre grad kom att betraktas som kunder i relation till kommunen.<sup>18</sup>

I Göteborg inrättade stadskansliet 1971 en ny och brett hållen informationsavdelning med syfte att underlätta arbetet med att samordna stadens informationsarbete.<sup>19</sup> I en bakgrund till inrättandet av avdelningen framhöll dess förste chef Gunnar Bergsten det aktiva informationsarbetet som ett medel för att stärka den kommunala demokratin och fastslog att: ”En saklig levande samhällsdebatt är ett av de viktigaste karaktäristika för en fungerande demokrati och den förutsätter välinformerade medborgare.”<sup>20</sup> Lite längre fram i samma skrift framhåller Bergsten emellertid att det kommunala arbetet med information kan struktureras på ett liknande sätt som marknadsföring inom det privata näringslivet och fortsätter sedan:

Det har blivit vanligt att PR ingår i företagsledningens funktionsområde och organisatoriskt placeras direkt under VD. Egentligen är detta ganska naturligt, eftersom såväl den interna som den externa informationen bildar företagets (kommunens, förvaltningens, verkets) ansikte, vilket i sin tur avgör, hur konsumenten/medborgaren uppfattar verksamheten.<sup>21</sup>

Även om inrättandet av informationsavdelningen kan kopplas till välfärdsstatens legitimitetskras under slutet av 1960-talet, och till vad som uppfattades som ett kommunalt underskott på information, kan det redan i denna första beskrivning av bakgrunden till informationsavdelningen spåras en rörelse mot ett marknadstänkande, där kommunen liknar denna verksamhet vid ett företags marknadsföring. Särskilt intressant är formuleringarna om att informationen bildar den kommunala verksamhetens *ansikte* (utåt) och hur den *uppfattas*. I motsats till idealen om informationsarbetet som ett dubbelriktat flöde mellan kommun och medborgare konnoterar uttrycken snarare en envägskommunikation med syfte att visa upp den i så gynnsam dager som möjligt.

I det här kapitlet analyseras filmen *Göteborg* från 1973, vars produktion och distribution koordinerades av stadskansliets informationsavdelning. Med avstamp i Elsaessers tre A:n analyseras filmen i relation till den välfärdsstatliga politikens legitimitetskras under 1960- och början av 1970-talet, det växande intresset för kommunal information och det sätt på vilket periodens mediala omvandlingar förändrade förutsättningarna för produktionen och distributionen av beställningsfilm. I det följande analyseras först förarbetet kring filmen. Med grund i denna analys görs sedan en närläsning av filmens audiovisuella uttryck, med utgångspunkt i den övergripande frågan: hur förändras det sätt som staden representeras på och hur kan det förstås i relation till filmlandskapets och filmteknikens förändringar och till stadens större sociala och politiska omvandlingar? Därefter diskuteras dess distribution och det sätt på vilket den mottogs i olika visningskontexter.

### Att sprida kännedom om staden: *Göteborg* (1973)

I Gunnar Bergstens beskrivning av informationsavdelningen framhölls att den inte bara riktade sig till invånare i kommunen, utan även till andra målgrupper runt om i Sverige och utomlands.<sup>22</sup> Mot alla målgrupper, både inom och utom kommunen, nämns film som en av flera kommunikationskanaler tillsammans med bland annat annonser, trycksaker, affischer

och nyhetsartiklar. Inom avdelningen diskuterades under 1970- och 1980-talen både en handfull större filmprojekt om Göteborg och ett bredare bruk av videomediet inom den kommunala verksamheten.<sup>23</sup> 1972 påbörjades arbetet med en större filmproduktion, som kort och gott skulle få titeln *Göteborg*. Filmen producerades av bolaget Viafilm International. Bolaget hade sitt säte i Djursholm utanför Stockholm och leddes av kortfilmsregissören och filmfotografen Walter Boberg, som varit verksam i den svenska filmbranschen sedan mitten av 1940-talet. Övriga uppgifter om bolaget är knapphändiga och det har bara tre titlar listade i Svensk Filmdatabas. I ett tidigt synopsis från bolaget till informationsavdelningen beskrevs projektet på följande vis:

Filmens syfte är att försöka ge åskådaren en bild av Göteborg såsom en modern, 'pulserande' framåt stad med ett naturskönt läge och där det alltid händer något intressant. Vidare att staden hyser några internationellt kända företag och institutioner vilka tillsammans med Göteborgs stad är filmens uppdragsgivare – sponsorer.<sup>24</sup>

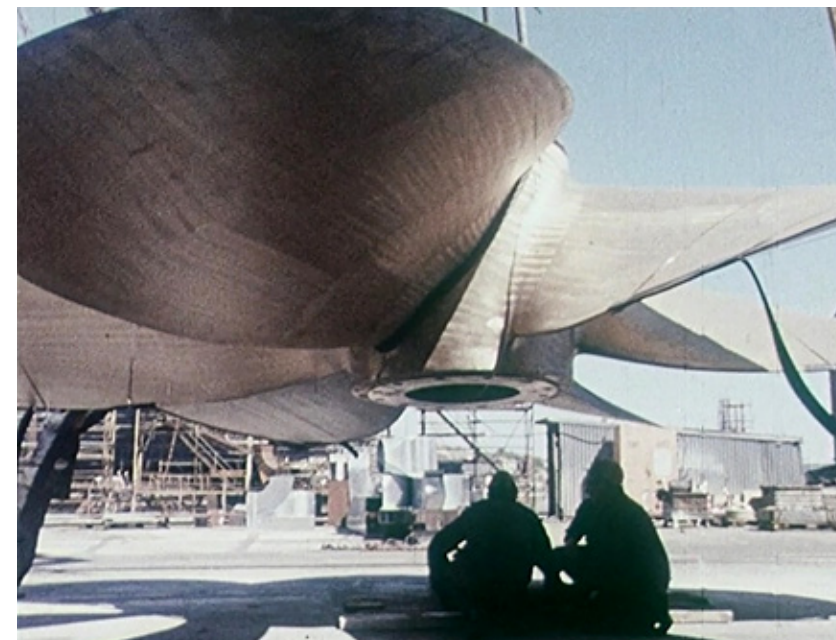
I planeringen för informationsavdelningens verksamhet för första halvåret 1973 berättas att filmen var "avsedd att användas såväl för att stimulera turism som för att t.ex. ge snabbesökaren ett intryck av Göteborg som arbets- och fritidsmiljö."<sup>25</sup> Ett år senare angavs ännu ett syfte: "Filmen ska bl a medverka i arbetet att inte minst utomlands sprida kännedom om Göteborg som industri-, handels-, sjöfarts- och kongress-stad med centralt läge i Skandinavien."<sup>26</sup> Ett 20-tal företag och intressenter hade enats om att samarbeta kring filmens produktion och accepterat filmens manusutkast. Dessa inkluderade industriföretag som Volvo, Victor Hasselblad AB, SKF och Götaverken. De inkluderade också aktörer inom turism, resande och detaljhandel, såsom Västkustens turisttrafikförbund, Broströmskoncernen, Hotel Europa, Finnair, Fredrikshavns-linjen, NK, Park Avenue Hotel, Svenska Mässan, Tor Line, Östra Nordstans företagarförening.<sup>27</sup>

Av filmens totala budget på 120 000 kronor bidrog dessa aktörer tillsammans med 78 000 kronor, det vill säga två tredjedelar.<sup>28</sup> De största bidragsgivarna var Volvo och Västkustens turisttrafikförbund, som bidrog med 15 000 kronor var, medan de övriga finansörerna medverkade med mindre belopp på mellan 1 000 och 5 000 kronor.<sup>29</sup> I flera brev och skrivelser diskuterades i vilken mån de olika bidragsgivarna och deras verksamheter skulle synas i den färdiga filmen. I ett PM uttrycks det att de olika bidragsgivarna godtagit att produktionen inte kan uppnå någon "millimeterrättvisa" mellan ekonomiskt bidrag och synlighet i den färdiga filmen.<sup>30</sup> Samtidigt är det tydligt redan i det bevarade manuset att vikt har

lagts vid att låta de olika företagens och organisationernas namn synas i filmen. I manuset är också ett antal *identifying shots* inskrivna. Till exempel: ”Close up of Volvo name on car (identifying shot)”.<sup>31</sup> En anledning till detta förfarande var förmodligen att filmen, till skillnad från de som tidigare diskuterats, saknar speakerröst. Detta motiveras under förarbetet av ekonomiska skäl och det argumenterades för att man genom att välja bort speakerröst inte behövde beställa ett antal olika kostsamma språkversioner, utan i stället kunde använda samma version mot alla olika språkområden.<sup>32</sup> Därigenom skulle både distributionen och lagerhållningen av filmen kunna förenklas. Vad som skulle kunna ses som ett estetiskt val hade, att döma av förarbetet, framför allt ekonomiska och distributionsmässiga orsaker.

Såväl förarbetet kring filmen som dess distribution koordinerades av informationsavdelningen som kan ses som dess *Auftraggeber*. Samtidigt bidrog ett antal, framför allt privata, intressenter till större delen av dess finansiering och garanterades synlighet i filmen. Filmens *Anlass* och *Adressat* är brett hållna och inte särskilt väl specificerade, men framför allt verkar den under förarbetet ha riktat sig mot målgrupper, i form av turister och näringsliv, utanför staden och till stor del utomlands. Stadens invånare lyfts under förarbetet inte fram som en tänkt målgrupp. Språkbruket runt filmprojektet är intressant. Om begreppet propaganda användes för att beskriva *Göteborg – Hjärtpunkt i Norden* framstår språket i beskrivningen av *Göteborg* mer neutralt med uttryck som att filmen ska ”ge snabbesökaren ett intryck av” eller ”sprida kännedom om” Göteborg. Varken ordet information eller termer som reklam eller marknadsföring används för att beskriva filmen, men genom att den till stor del finansierades av privata intressen ligger det nära till hands att betrakta den som en form av reklamfilm för Göteborg, snarare än som en mer neutralt hållen informationsfilm.

Filmen producerades på 16mm och finns bevarad i två olika versioner, en 23 minuter lång och en kortare version om knappt 17 minuter.<sup>33</sup> De två versionerna följer varandra till stor del. Den stora skillnaden är att några scener i den kortare versionen är något förkortade, vissa mindre omfattande sekvenser saknas och att ordningen på scenerna på några ställen är annorlunda. Eftersom det inte har gått att hitta någon diskussion om olika versioner mot olika målgrupper och den längre versionen är den vanligast förekommande i arkiven kommer analysen att utgå från den. Den långa versionen av filmen finns också publikt tillgänglig på filmarkivet.se.<sup>34</sup>



Ett fartyg växer fram, stillbild ur *Göteborg* (1973).

### **Göteborg**

Filmen inleds abrupt med en tagning som till en början är svår att få grepp om. Det vita ljuset från vad som visar sig vara en intensivt brinnande svetslåga dominerar bilden. Runt omkring syns delar av vad som ska visa sig vara ett fartygsskrov. Två tjocka kablar hänger ner från skrovet mot bildens förgrund. Bakom skrovet till höger om lågan skimtar en arbetare i hjälm med visir. På ljudspåret hörs den ilska tonen från en trumpet som sträcks ut över den nästan 10 sekunder långa första tagningen. Till en dissonant form av enklare frijazz, med bland annat congas, trumpet och trombon, följer ett montage av korta tagningar från konstruktionen av ett fartyg, med en blandning av när- och översiktsbilder. Arbetare i hjälm, blåa overaller och skyddsglasögon svetsar, slipar och mäter; ett fartyg med långa stålbjälkar och stora skrovsektioner monteras ihop. Montaget avslutas med en tagning ur grodperspektiv av det färdiga fartyget rakt framifrån.

Musiken tonas ner men ligger kvar på låg volym över nästa scen där en äldre kvinna med asiatiskt utseende i traditionell dräkt står framför ett podium på en kajkant med skrovet till ett stort fartyg höger om sig. Omgiven av flera medelålders män i mörka kostymer döper hon fartyget



genom att svinga en flaska champagne i ett långt snöre mot fartyget. När flaskan träffar skrovet ersätts den tidigare dissonanta musiken av en enklare form av *easy listening*-musik och en tecknad taggig stjärna, likt en explosion tagen ur en serietidning, expanderar sekundsnavt och fyller upp bilden till helt vit och drar sedan ihop sig igen och bildar övergång till nästa bild: en enkel världskarta med mörkblå hav och kontinenter i en ljusare blå nyans. USA, Sydamerika, Afrika, Sovjetunionen och Europa är utskrivna på engelska på respektive del av världen med vita bokstäver. Över de nordiska länderna är ordet "Scandinavia" skrivet och därunder en blinkande vit punkt som täcker Danmark och södra Sverige. En närbild på kartans del över Europa följer och under den fortsatt blinkande punkten är nu "Gothenburg" utskrivet. Genom ytterligare närbilder på kartan sker en rörelse allt närmare Göteborg. Slutligen en bild av den svenska Västkusten och havet därutån. Den vita prickken blinkar inte längre, utan utgör nu i stället en rund vit ram till ett bildutsnitt inom den större bilden med en tagning på vad som visar sig vara ett tåg i rörelse. Där under byts "Gothenburg" ut mot stadens namn på ett flertal olika språk: franska, ryska, tyska/nederländska, esperanto/portugisiska, vad som förmodligen är grekiska, även om det är skrivet med kyrilliska bokstäver och förefaller felstavat, och slutligen svenska.

Parallellt med att stadens namn presenteras på de olika språken anländer tåget till stationen i det lilla bildutsnittet och sedan följer en flygbild över centrala Göteborg. Samtidigt som den sista varianten av stadens namn försvinner expanderar flygbilden ut över hela bildrutan. Sedan följer bilder av ett passagerarfartyg som närmar sig stadens hamn. En veteranbil glider runt statyn av Poseidon vid Götaplatsen, bilar och spårvagnar på paradgatan Kungsportsavenyn, och ett myller av människor som i halvbild rör sig till fots längs med gatan. I närbild och med rörligt kameraarbete visar några kvinnliga mannekänger upp kläder under en modevisning. En ung blond kvinna provar framför en spegel ut en stor gul slokhatt. Med hatten på plats befinner hon sig sedan i en butik med namnet "Very Swedish shop". Inredningen går i gult och blått och svenska flaggor hänger ner från taket. I närbild inspekterar kvinnan affärens utbud av glas- och designföremål. Med famnen full av kassar kommer hon ut från entrén till varuhuset NK, vars namn är tydligt synligt i bildens överkant, på väg mot en veteranbil som står parkerad framför varuhuset.

Med rörlig och lågt placerad kamera och direktupptaget ljud skildras därefter en fotbollsmatch med det svenska landslaget på Nya Ullevi, med ett entusiastiskt och jublande publikhav. Scenen avlöses med liknande tagningar från en ishockeymatch, en tävling i fäktning och slutligen en

uppsättning av operan Turandot med världsstjärnan Birgit Nilsson från inomhusarenan Scandinavium. Svenska Mässan introduceras genom en tagning av dess entré och sedan följer bilder från en internationell konferens som simultantolkas på flera olika språk och därefter från olika utställares montrar och folkvimlet i den stora mässhallen.

I nästa scen syns den blonda kvinnan i gul hatt i en radiobil på Liseberg och en skildring av ett antal av nöjesfältets åkattraktioner följer. I den följande scenen glider turistbåten Paddan fram genom en av kanalerna i den centrala staden. När den passerar Gustaf Adolfs torg ges det en kort introduktion på svenska, engelska och tyska av guiden på båten. Färden fortsätter ut i hamnen och förbi en av de stora varvsdockorna. På vägen tillbaka passeras Feskekörka och i några tagningar presenteras dess utbud av fisk och skaldjur. Därefter riktar några turister sina kameror mot ett urval av stadens mest kända landmärken, som till kamerornas slutarljud introduceras genom stillbilder: Masthuggskyrkan, Gustaf Adolfs torg, Stora teatern, Fontänen med statyn av Poseidon på Götaplatsen och några av stadens hamnkranar i skymningsljus. I den följande scenen monteras kameror ihop vid Hasselblads fabrik. Den avslutas med en inklippt stillbild från den amerikanska landstigningen på månen, ett av de tillfällen, får det förmodas, vid vilket kameror från Hasselblad har använts.

Ett antal fartyg i hamnen och deras nationella ursprung presenteras genom närbilder på flaggor och fartygsnamn på olika språk. Avlastningen av containrar från ett stort fartyg skildras. Med hjälp av *splitscreens* introduceras sedan ett passagerarfartyg och dess utbud av mat och avkoppling. Flygplan från KLM och Finnair landar och passagerarna hälsas på engelska välkomna till Göteborg av kvinnliga flygvärdinnor när de kliver av planen. Ett flertal gods- och passagerarfartyg lägger till i stadens hamn och dess passagerare och fordon tar sig i land.

En tagning av Älvsborgsbron i skymningsljus, ackompanjerad av mistluren från ett fartyg, enkel pianomusik och stillsamma ljud från en restaurangmiljö skapar en övergång till en presentation av stadens kvällsutbud i form av mat, dryck, dans och nattklubbar. I vimlet syns bland annat återigen den unga blonda kvinnan. Sedan följer scener med svensk folkdans, en grupp ungdomar som tränar konståkning i Scandinavium och därefter en ingående skildring av produktionen av kullager på SKF:s fabrik. Därefter följer en kort sekvens från lummiga gårdar och lekplatser i några nybyggda förortsområden. En flygbild längs med Kungsportsavenyn leder tillbaka till den centrala staden: trafik och folkvimmel längs med paradgatan, blomsterarrangemang och rekreation i grönområdet mellan Nya Allén och kanalen, utbudet på Kungsgatan och i det nya shopping-

centret Nordstan. I en affär rör sig kameran i närbild från en blond kvinnlig skyltdocka till den unga blonda kvinna som efter att ha stått stilla några sekunder ler mot kameran. Genom en bild på Hotell Europas stora fasadskylt presenteras hotellet, dess restaurang och inomhuspool. I nästa scen skildras till liknande gladlynt musik som i den andra delen av filmens inledning badliv kring saltstänkta klippor och segling i soligt högsommarväder.

Musiken på ljudspåret blir hårdare med hamrande syntar och i en *split-screen* skildras provkörandet av Volvobilar i olika förhållanden på en testbana och på grusiga skogsvägar. Musiken ersätts av direktupptagna miljöljud och ett antal fritidsaktiviteter presenteras: golf i naturskön miljö, tennis på grusbana och löpning i motionsspår i skogen. I den följande scenen inspekteras fabriksfärdiga Volvobilar en sista gång innan de godkänns för leverans. På plats bakom ratten i en av bilarna kör den blonda kvinnan i väg från fabriksområdet och vidare över Älvsborgsbron över älven. Sedan följer flygbilder över bron, den stora trafikapparaten kring på- och avfarterna till någon av stadens trafikleder, och slutligen över den centrala staden, arenan Scandinavium och Valhallabadet i dess närhet. Från hoppornet i badet syns en ung kvinna, för en initierad åskådare möjlig att identifiera som OS-guldmedaljören Ulrika Knape, träna simhopp. Filmen avslutas med en tagning i slowmotion där den i filmen återkommande blonda kvinnan, leendes, klädd i somrig klänning och med fladdrande upplyst hår, småspringer mot kameran. I bakgrunden syns en grå ofokuserad stadsmiljö och samtidigt presenteras kortfattat filmens produktionsuppgifter på engelska med vita tjocka bokstäver: fotograf, redigerare, manusförfattare, produktionsbolag och slutligen stadens namn tillsammans med dess stadsvapen.

### Stadens och stadsfilmens nya stil

Redan i filmens anslag syns flera tydliga skillnader mot de filmer som tidigare analyserats. De föregående kapitlens filmer inleddes alla med stillsamma etableringar av staden: en långsam panorering över dess hamn- och industriområden till tonerna från en sjömansvals i *Staden vid Göta älv* från 1938, och soluppgången i skärgården och en stad som sakta vaknar till liv, ackompanjerad av konventionellt orkestrerad filmmusik, i *Göteborg – Hjärtpunkt i Norden* från 1964. I *Göteborg* kastas åskådaren rakt in i en scen som bäst kan beskrivas som stökig: svetslågor, rök, sprutande gnistor från slipmaskiner, en trång och skitig miljö i en röd och rostbrun färgskala. Denna stökighet understryks av kameraarbetet, med en blandning

av när- och översiktsbilder, en genomgående lätt skakig kamera, märkliga perspektiv och bildkompositioner, och av den dissonanta musiken. Här syns ett påtagligt brott mot den dokumentära representationsform som, med viss variation, karaktäriserade de fyra filmer som diskuterats i tidigare kapitel. De äldre filmerna knöt i hög grad an till det Nichols kallar ett expositoriskt modus, med en manlig speakerröst kring vilken bildmaterialet strukturerades och ett nedtonat kameraarbete. *Göteborg* saknar speakerröst och redan i filmens inledning etableras ett expressivt kameraarbete som är ett genomgående drag i filmen. Ofta används handhållen kamera och in- och utzoomningar. Kameravinklarna är ofta oväntade och upprepade gånger finns störande element, som träd eller buskage, i bildens förgrund. I många scener hörs miljöljud av olika slag: trafikljud från bilar, flygplan och fartyg, brottstycken av konversationer och sorl från restaurang- och gatumiljöer. Filmen har stundtals också ett självmedvetet, närmast ironiskt, drag med referenser till populärkulturens serietidningar och laborativa tekniker som till exempel *splitscreens* eller frysta bilder. Denna självmedvetenhet syns också i scenen där turister tar kort på några av stadens sevärdheter, där den mediala praktiken att ta, inte sällan ganska klichéfyllda, turistfotografier skildras och det sker en slags remediering av bilderna inom filmen.

Till viss del kan filmen sägas ha drag av det Nichols kallar ett observerande modus.<sup>35</sup> På nära håll, med rörligt kameraarbete, miljöljud och utan en kommenterande speakerröst, får åskådaren följa fotboll- och ishockeymatcher på Ullevi respektive i det nybyggda Scandinavium, kongressdeltagare på Svenska Mässan och människor som tar del av stadens restaurang- och nöjesutbud. Där Göteborg i filmen från 1964 visades upp från stadsplanerarens kontor är åskådaren genom formella tekniker som handhållen kamera och direktupptagna miljöljud nu i högre grad på plats i de miljöer som skildras. Här har filmen likheter med de strömningar inom såväl spel- som dokumentärfilm som växte fram under 1960-talet, där enklare och billigare teknik skapade större förutsättningar för inspelning *on location* med direktupptagna ljud. Enligt Prelinger började många beställningsfilmare i USA under 1970-talet att laborera med ett mer rörligt kameraarbete, inspirerade av samtida dokumentära filmrörelser, och tekniker som *splitscreens* som ett sätt att framstå som moderna och i takt med tiden.<sup>36</sup> Detta liknar det sätt på vilket många beställningsfilmare även under tidigare decennier försökte knyta an till den tänkta publikens audiovisuella vana.<sup>37</sup>

Det sätt på vilket *Göteborg* knyter an till ett observerande modus kan således ses som ett sätt att försöka vara i takt med tidens audiovisuella

strömningar. Filmens stökiga inledning skapar också associationer till en samtida diskurs om storstaden som både lockande och hotfull. Dess stilistiska uttryck, val av musik och laborerandet med formella tekniker kan också ses som ett sätt att framstå som ungdomlig. Att filmen saknar speakerröst motiverades under förarbetet framför allt av ekonomiska skäl, men frånvaron av en speakerröst kan också ses som kongenialt med försöket att ge filmen en ungdomlig och samtida framtoning. Om välfärdsstatens auktoritet började utmanas under andra halvan av 1960-talet, inte minst av en yngre generation, kan filmens ungdomliga stil och avsaknad av en styrande speakerröst ses som ett försök att införliva något av denna kritik i representationen av staden. I sin diskussion om Filmavdelningen/Dokumentärfilmssektionen inom den nystartade svenska televisionen argumenterar Malin Wahlberg för att den nya dokumentärfilmen under 1960-talet präglades av en tydlig framtidsoptimism, där den nya tekniken skapade en känsla av att befinna sig i en brytningstid med ”rörelsefrihet, nya kommunikationsmöjligheter och en förändrad relation till tid och rum”.<sup>38</sup> Även om *Göteborg* producerades senare och är en mer kommersiell film än de politiskt orienterade filmer Wahlberg skriver om vill jag hävda att den präglas just av en anda av optimism, av ett gott självförtroende och en ungdomlig sorglöshet. Det finns något närmast kaxigt i den dissonanta musik och stökiga stil som kännetecknar filmens inledning, i avsaknaden av speakerröst och i filmens sparsmakade titel. Till skillnad från tidigare filmer, med titlar som *Sveriges port mot väster* och *Göteborg – Hjärtpunkt i Norden*, markeras inte stadens geografiska hemvist eller koppling till den nationella nivån i filmens titel. Det är som om staden är sig själv nog och inte behöver söka legitimitet för en förd politik.

Även om filmen i många scener kännetecknas av ett observerande modus innehåller den också sekvenser som i högre grad bygger på montage av tagningar, utan användandet av miljöljud. I vissa delar karaktäriseras den också av ett poetiskt modus, där visuella associationer och montage spelar en central roll.<sup>39</sup> I skildringen av produktionen av kullager på SKF finns ett eko av fascinationen för den moderna storstadens industriella produktion som var ett framträdande drag i mellankrigstidens storstadssymfonier.<sup>40</sup> Men det poetiska moduset syns kanske framför allt i det sätt på vilket övergången mellan många scener sker. Den åskådare som är bekant med Göteborg kan i vissa fall se en rumslig relation mellan olika scener, men många gånger knyts scenerna samman genom tematiska och/eller visuella likheter mellan den sista och första tagningen i respektive scen. Från småbåtar på nöjesfältet Liseberg sker en övergång till en tur med turistbåten Paddan. Från tagningar av turister som med sina

kameror tar bilder av göteborgska sevärdheter skildras i nästa sekvens produktionen av Hasselbladskameror. En scen med folkdans i Slottskogen avslutas med en närbild på nedre delen av dansarnas ben. I nästa tagning syns en grupp konståkares ben och vita skridskor, vilket utgör första tagningen i en scen med konståkning i Scandinavium. Filmens observerande och poetiska modus och avsaknaden av speakerröst gör att den i hög grad saknar den temporal dimension, den tidsmässiga topik, som kännetecknade många av de äldre filmerna. I filmen läggs varken vikt vid stadens historia eller framtida utveckling. Några av stadens historiska platser och byggnader lyfts fram, men namnges, med undantag för Gustaf Adolfs torg, inte. Snarare är det ett påtagligt nu som skildras i filmen. Men samtidigt som filmen karaktäriseras av både ett observerande och poetiskt modus består den likt de äldre filmerna av ett antal ganska korta och tydligt avgränsade scener där olika delar av staden visas upp. Urvalet av platser och verksamheter är också i hög grad kommersiellt orienterat och kopplat till de företag och institutioner som var med och finansierade filmen.

### Den internationella och kommersiella staden

1970-talet var på många sätt ett internationellt orienterat decennium. Precis som i *Den gyllene porten* och *Göteborg – Hjärtpunkt i Norden* illustreras stadens geografiska lokalisering i *Göteborg* med hjälp av en karta. Men här har skalan ändrats: från kartor över Europa i de tidigare filmerna till en världskarta. Filmens inledning kan tolkas som en dubbelriktad geografisk rörelse från och till Göteborg, som ett sätt att understryka stadens kopplingar med omvärlden, och som en variant av den hos många stadsfilmer vanligt förekommande topiken ”att anlända till staden”.<sup>41</sup> Först en rörelse från Göteborg och varven i staden, som producerade fartyg för en global marknad, och ut mot världen. Sedan en rörelse tillbaka, från världskartan och allt närmare Göteborg, de olika transportmedel som förbinder staden med omvärlden, fordonen och transporterna inom staden, och till slut gatunivån och flanörerna längs med stadens paradgata. Varianterna av stadens namn och filmens titel på olika språk i inledningen fungerar också som ett sätt att understryka stadens internationella relationer. Det möjliggjorde också att samma version av filmen kunde användas mot alla tänkta internationella målgrupper och en indikation på de länder och språkområden som den producerades för.

Det internationella temat och kopplingarna med omvärlden återkommer upprepade gånger i filmen, till exempel i scenen från Svenska Mässan.



Till tagningar från en kongress med deltagare från olika länder hörs på ljudspåret korta brottstycken av ett flertal språk och genom en avslutande tagning från ett rum ovanför kongressalen blir åskådaren varse att utställningen simultantolkas. På liknande sätt hörs från mässans utställningshall korta utsnitt av samtal på olika språk mellan utställare, besökare och potentiella kunder. I en scen från hamnen lyfts fartyg med en lång rad nationella ursprung fram, genom närbilder på flaggor och fartygsnamn. Även flera svenska symboler, adresserade mot en internationell publik förekommer i filmen, kanske allra tydligast i scenen från souvenirbutikken ”Very Swedish shop”. Scenen har likheter med Svenska institutets film *Souvenirs from Sweden* (1961), där en amerikansk turist besöker en souvenirbutik i Stockholm och med hjälp av de olika produkterna berättar om landets olika delar och sevärdheter.

*Göteborg* är således tydligt adresserad mot internationella åskådare, och kanske i synnerhet mot en internationell affärspublik, en målgrupp med pengar att spendera på flygresor, fritidsaktiviteter som segling och golf och svenska designföremål. Detta ligger i linje med filmens uttalade syfte (*Anlass*), att positionera Göteborg som hamn-, industri- och kongressstad mot internationella målgrupper (*Adressaten*). Flera av de företag och intressenter som var med och finansierade filmen var internationellt orienterade, producenter av varor för en global marknad eller beroende av internationella turistflöden till Göteborg. Filmen innehåller ganska långa scener från industri- och hamnstadens verksamheter och produktionsprocesser, samt exempel på hur cirkulationen och flödet av varor till och från Göteborg binder samman staden med omvärlden. Så till exempel i den inledande skildringen av fartygskonstruktionen på ett av stadens varv, till detaljerade scener från produktionen av kullager på SKF, produktionen och testkörningen av Volvobilar och avlastningen av containrar i Skandiahamnen som stod färdig 1966.

Redan i filmens manus var det inskrivet hur de företag och organisationer som var med och finansierade filmen skulle garanteras synlighet genom det som kallades *identifying shot*. Genom tagningar på fasader eller entréskyltar där företagets eller anläggningens namn är klart synligt etableras på detta sätt till exempel NK (Nordiska kompaniet), Hotell Europa, SKF:s fabrik och Svenska Mässan. I avsaknad av speakerröst fungerar dessa tagningar inte bara som ett sätt att garantera filmens finansierare synlighet. De fyller också en narrativ och rumsligt orienterande funktion genom att etablera enskilda scener och de verksamheter som skildras. Företag och institutioner som inte etableras genom en fasadskylt på en byggnad lyfts i stället fram genom närbilder och inzoomningar på pro-



Identifying shot av entrén till varuhuset NK, stillbild ur *Göteborg* (1973).

duktnamnet. På det sättet etableras till exempel Hasselblads kameror och Volvos produktion av bilar. I scenen där två flygplan landar på stadens flygplats är bolagsnamnen Finnair och KLM tydligt synliga på flygplanskropparna. Men det är bara i filmens bildmaterial som finansierarna är synliga, de listas inte i dess korta eftertexter. Däremot återfinns här Göteborgs stadsvapen tillsammans med stadens namn. Med vetskap om de företag och aktörer som var med och finansierade filmen och bruket av identifierande tagningar är det uppenbart att dess finansierare i hög utsträckning påverkat filmens utformning och vilka delar och verksamheter i staden som förekommer i filmen.

Till skillnad från tidigare filmer som tog avstamp i planeringen av staden och de framväxande välfärdsinstitutionerna ligger fokus i *Göteborg* således i högre grad på ett antal industriföretag och mer kommersiellt orienterade turistiska verksamheter. I de tidigare filmerna framhölls till exempel stadens kulturinstitutioner som en viktig del av den välfärdsstatliga utbyggnaden, men i *Göteborg* förekommer kulturen och dess institutioner nästan inte alls, förutom i en kort scen från uppsättningen av operan *Turandot* med världsstjärnan Birgit Nilsson i den nybyggda arenan Scandinavium.<sup>42</sup> Förutom i ett kort montage av tagningar från några

förortsområden lyfts därtill få bostadsområden eller andra vardagliga miljöer fram i filmen. En central poäng inom forskningen kring den utveckling många städer kom att genomgå under 1900-talets sista decennier har varit den allt större betoningen på turism och en ny och mer kommersialiserad roll för städernas offentliga rum, både som en plats för konsumtion och som något att konsumera i sig.<sup>43</sup> I *Göteborg* finns flera längre scener från konsumtionsmiljöer, som det nybyggda shoppingcentret Nordstan, och från restauranger och nattklubbar. I sin analys av turistreklam i Stockholm framhåller Kåring Wagman på liknande sätt hur kultur, nöjen och konsumtion blev allt mer framträdande under slutet av 1960- och början av 1970-talet.<sup>44</sup> Hon betonar också hur bildmaterialet i de broschyrer hon studerar allt mer började lägga fokus på människors konsumtion av varor och nöjen med ”fotografier på butikens interiörer och exteriörer och på produkter, framför allt glas och mat”.<sup>45</sup> Beskrivningen har stora likheter med de många scenerna från restaurang- och affärsmiljöer i *Göteborg*, där varor och maträtter i många fall lyfts fram i närbild, vilket kanske är allra tydligast i scenen från ”Very Swedish shop”. En anledning till att filmen har märkbart fler scener från restauranger och affärer än de filmer som analyserats i tidigare kapitel var säkert att den enklare inspelningsutrustningen hade gjort det lättare att filma i trånga miljöer inomhus. Men här syns också frön till en ny och förändrad syn på staden, med ett allt större fokus på konsumtion och nöjesliv.

### Kvinna i storstaden

I sin annars löst hållna uppbyggnad struktureras *Göteborg* till viss del kring en ung blond kvinna som tar del av det staden har att erbjuda i form av konsumtion och nöjen. Första gången dyker hon upp några minuter in i filmen, där hon provar en gul slokhatt och sedan inspekterar utbudet av varor och designföremål i den svenska souvenirbutik. Hon återkommer sedan i flera scener: på nöjesparken Liseberg, på en av stadens nattklubbar, i shoppingcentret Nordstan och poolen på Hotell Europa, körandes en fabriksny Volvobil och, slutligen, i filmens sista tagning där hon leendes och med lätt fladdrande hår rör sig i slowmotion mot kameran. De återkommande scenerna med den unga kvinnan understryker filmens ungdomliga tema och korresponderar med filmens stilistiska uttryck. Det hela kondenseras i slutscenen, som bäst kan beskrivas som en fantasi om ”en ung kvinna på språng i (stor-)staden”. Precis som i flera av de tidigare filmerna används här en ung blond kvinna för att presentera Göteborg för en internationell publik.

I sin inflytelserika essä ”Visual pleasure and narrative cinema” argumenterade Laura Mulvey för att den klassiska spelfilmen understödde en patriarkal norm, där mannen konstruerades som narrativets aktiva subjekt och kvinnan som ett passivt objekt för en manlig åskådares blick.<sup>46</sup> Mulveys text kritiserades på en lång rad punkter, inte minst för att den tvingade in åskådare oavsett kön och sexuell orientering i en heterosexuell manlig åskådarposition.<sup>47</sup> Men även om texten framstår som deterministisk, där modellen i det närmaste omöjliggör läsningar och åskådarpositioner som på olika sätt utmanar eller underminerar den manliga normen, kan den fungera som en illustration av hur flera av de filmer som diskuteras i den här avhandlingen adresserar en manlig åskådare och struktureras utifrån en manlig blick och åskådarposition. I *Den gyllene porten* från 1957 återfinns ganska omotiverat en scen med en grupp deltagare i en Miss Europa-tävling på besök i Trädgårdsföreningen i Göteborg. Till en närbild där en av deltagarna böjer sig fram och luktar på några av parkens blommor frågade sig speakerrösten om kvinnan eller blommorna var vackrast. *Göteborg – Hjärtpunkt i Norden* från 1964 strukturerades utifrån två karaktärer: den aktive manlige stadsplaneraren, som från sitt kontor presenterade olika delar av staden, och en blond ung kvinna, som framstår som väldigt passiv och framför allt som något att njuta av visuellt. Filmen slutade med att den unge stadsplaneraren på sitt kontor snurrade fram en bild av kvinnan på en av de kuber som i filmen illustrerade stadens olika delar och verksamheter. Strax därefter dyker hon upp på kontoret och de går tillsammans ut i staden.

Den blonda kvinnan i *Göteborg* är mer aktiv och relateras inte till en manlig karaktär i filmen. Hon tar del av stadens utbud, shoppar och går på nattklubb. Samtidigt är hennes funktion i filmen i hög grad relaterad till hennes utseende och visuella attribut. I ett av de bevarade manusutkasterna har hon en ännu mer framträdande roll än i den färdiga filmen och figurerar redan i den första scenen där hon kallas ”Vår Göteborgsflicka’ – en fräsch, glad ung kvinna, ingen skönhetsdrottning”.<sup>48</sup> Jargongen återkommer i ett brev om filmprojektet där Gunnar Bergsten berättar att ”Göteborgsflickan är utvald – vi återkommer till denna fräscha nyhet senare”.<sup>49</sup> Även om det i jämförelse med *Göteborg – Hjärtpunkt i Norden* har skett en förskjutning där kvinnan inte konstrueras som passiv och som en partner till en manlig karaktär, är filmen fortfarande strukturerad kring en manlig norm och blick på staden. Detta syns även i den första tagningen från scenen med badliv vid havet utanför staden, där en kvinna i baddräkt ligger på en klippa och en kort vissling hörs på ljudspåret.

Inom den urbanteoretiska forskningen har under de senaste decennierna

en livlig debatt förts om genuskodade erfarenheter av att röra sig i den moderna stadens offentliga rum. Fokus har inte minst legat på klassiska texter om den så kallade flanören, som till exempel var en framträdande del av Benjamins läsningar av Baudelaires diktning och arkaderna i Paris vid mitten av 1800-talet.<sup>50</sup> Här har det bland annat pekats på hur denne manlige karaktärs erfarenheter av att röra sig i storstadens offentliga rum gjorts till norm för upplevelsen av moderniteten, där andra erfarenheter, inte minst kvinnors, osynliggjorts.<sup>51</sup> Forskare som Janet Wolff har pekat på kvinnors brist på frihet att röra sig i den moderna storstadens offentliga rum, inte minst genom manliga blickars objektifiering av den kvinnliga kroppen i dessa rum.<sup>52</sup> Andra forskare, till exempel Anne Friedberg, har i stället betonat den frihet som skapades för kvinnor i modernitetens urbana offentlighet, där de genom varuhusen och den nya konsumtionskulturen gavs tillträde till dessa miljöer.<sup>53</sup> Steget kan tyckas långt från 1800-talets Paris till 1970-talets Göteborg. Samtidigt finns det en genuskodad tvetydighet kring kvinnan som *Göteborg* delvis struktureras runt. Å ena sidan är hon inskriven i filmen som ett säljande objekt, där hennes utseende och visuella egenskaper betonades under förarbetet, å andra sidan framträder hon i filmen som aktiv i det sätt på vilket hon tar del av stadens utbud av konsumtion och nöjen, som en modern kvinna, möjlig att identifiera sig med.

### Den fordistiska och postfordistiska staden

*Göteborg* kan ses som ett exempel på ett nytt sätt att representera staden och på en ny typ av stadsfilm som ska förstås i relation till de mediala och politiska förändringsprocesser som kännetecknade 1960- och 1970-talen. Filmen producerades 1973, precis innan den globala oljekrisen bröt ut som skulle komma att bli särskilt kännbar för många äldre hamn- och industristäder i Nordamerika och Västeuropa. I Göteborg var det framför allt linjerederiernas passagerartrafik och varvsindustrin som drabbades, medan hamnens olje- och containertrafik klarade sig relativt bra.<sup>54</sup> Extra betydelsebärande är därmed den prominenta plats som just varvsindustrin intar i början av filmen som 1973 stod på sin absoluta höjdpunkt. I efterhand, med vetskapen om den kommande krisen, kan filmen läsas symptomatiskt som ett uttryck för höjdpunkten på den expansiva perioden efter andra världskriget. Samtidigt är det tydligt hur *Göteborg* på flera sätt skiljer sig från de tidigare diskuterade filmerna och att det har skett förskjutningar inom den välfärdsstatliga politikens dominans som de äldre filmerna var ett uttryck för. I filmen går det också att se element av den

postfordistiska stad som i krisens spår växer fram under 1900-talets sista decennier. Skillnaderna mellan *Göteborg – Hjärtpunkt i Norden* från 1964 och *Göteborg* från 1973 symboliseras kanske tydligast i kontrasten mellan stadsplaneraren, som från sitt kontor planlade och visade upp staden, och den unga kvinna som tar del av stadens utbud av konsumtion och nöjen. Å ena sidan välfärdens centralt planerade stad, strukturerad kring massproduktion av standardiserade bostäder och allt mer utbyggda välfärdsinstitutioner, med grund i stadens hamn och industrier, och å andra sidan en stad koncentrerad kring nöjen, turism, fritidsaktiviteter och individuellt identitetsskapande genom konsumtion, i en sömlös symbios med stadens industrier och produktionsprocesser.

En viktig skillnad är också filmernas temporala dimension. I *Göteborg – Hjärtpunkt i Norden* pekades genom det välfärdsstatliga projektet en riktning mot framtiden ut. ”En stad i ständig utveckling, i takt med tiden”, som speakerröstens myndiga stämman uttryckte det några minuter in i filmen. *Göteborg* saknar denna tidsmässiga aspekt. När filmen producerades 1973 stod många av efterkrigstidens stora byggnadsprojekt färdiga och det syns ingen rörelse mot stadens framtida utveckling. Snarare är det, som tidigare diskuterades, ett ”nu” som står i fokus, där en ung generation tar del av stadens utbud. Kommunen verkar inte behöva söka legitimitet för sin framtida utveckling eller för det välfärdsstatliga projektet. Detta bör också relateras till anledningen (*Anlass*) att filmerna producerades. *Göteborg – Hjärtpunkt i Norden* producerades som svar på ett yttre hot, där förändringar inom den europeiska marknaden sågs som en potentiell risk för staden. När det gäller *Göteborg* diskuterades aldrig några liknande yttre anledningar.

Det finns ytterligare en temporal aspekt att ta fasta på. Fram till mitten av 1960-talet framträdde ”En dag i staden” som något av stadsfilmens struktur *par excellence*. Greppet, som kännetecknade många av mellankrigstidens storstadssymfonier och flera av de tidigare filmer som jag har analyserat, fungerade som ett sätt att inordna både filmen och staden i en övergripande form. I *Göteborg* syns ingen liknande struktur. Genom det associativa sätt som olika scener knyts till varandra framstår staden som ett slags kollage snarare än som en större helhet. Övergången från en övergripande till en mer punktvis planering och utveckling av staden brukar lyftas fram som ett centralt kännetecken för den entreprenöriellt inriktade politik som skulle växa fram som ett svar på den fordistiska stadens kris.<sup>55</sup> Även om dessa skillnader inte är helt genomgående i *Göteborg* har filmen drag som pekar i denna riktning.



## En misslyckad informationsfilm?

### Distribution, visningskontexter och mottagande

Från att filmen *Göteborg* färdigställdes 1973 och åtminstone tio år framåt lånades den ut till ett antal olika intressenter, både inom Sverige och internationellt. Att få en samlad bild över distributionen och visningskontexterna i sin helhet är svårt. I det röriga arkivmaterialet från informationsavdelningen finns dock ett antal rapporter, fakturor, rekvisitioner och rapportkort från olika distributörer och distributionskanaler bevarade som ger en bild av distributionen, framför allt inom Sverige. När det gäller utlåningen direkt från informationsavdelningen lånades den under åren 1974–1976 totalt ut ett hundratal gånger.<sup>56</sup> Här dominerar låntagare i Göteborg och Västsverige. Filmen visades inom den kommunala verksamheten, bland annat för kommunfullmäktiges ledamöter och fastighetsrespektive stadsbyggnadskontoret. Vidare lånades den ut till turistorganisationer, skolor och ideella organisationer, som Friluftsrådet, Rannebergens pensionärsklubb och Kortedala församling. I några fall lånades den också ut till privata företag som SE-banken, NK, Volvo, varav de två senare också var med och finansierade filmen. Från informationsavdelningen skedde även viss internationell utlåning, exempelvis till International Housing Association i Chicago, Borgå Medborgarinstitut och idrottsförvaltningen i Minsk.<sup>57</sup> Under andra halvan av 1970-talet skedde distributionen till stor del genom Personaladministrativa rådet (PA-rådet) och distributionsföretaget Starfilm. PA-rådet inrättades 1952 av Svenska Arbetsgivareföreningen som ett utbildningsorgan och diskussionsforum i frågor rörande utbildning och informationshantering och hade under de följande decennierna en omfattande verksamhet och distribution av audiovisuella medier, inklusive film.<sup>58</sup> Starfilm var specialiserat på distribution och uthyrning av film, bildspel och videogram.<sup>59</sup> Genom båda dessa kanaler lånades filmen under slutet av 1970- och början av 1980-talet ut till skolor, kyrkoförsamlingar, sjukvårdsinrättningar, kommuner och ideella organisationer runt om i Sverige.<sup>60</sup> Distributionen från PA-rådet verkar ha varit begränsad, med bara en handfull utlåningar per år, medan Starfilm lånade ut filmen åtminstone ett hundratal gånger. Filmen finns också listad i det senare bolagets kataloger för åren 1975–1985 under rubrikerna ”Geografi Sverige” och ”Turistfilmer”<sup>61</sup>

Filmen visades också för stadens invånare. En stor del av diskussionerna som föregick inrättandet av informationsavdelningen handlade om att skapa en fysisk plats där medborgare och besökare kunde få information om kommunens organisation och verksamhet. Informationscentralen,

belägen vid Kungssportsplatsen i centrala staden, öppnade 1973 och hade bland annat en särskild filmhörna där *Göteborg* var en av de filmer som visades.<sup>62</sup> Utöver *Göteborg* och ett antal andra filmer på 16mm visades också olika bildspel, det vill säga diabilder synkroniserade med tal och ljud från en separat bandspelare. Filmerna och bildspelen var av varierande slag, där somliga avhandlade sociala och vardagsrelaterade ämnen och kommunens politiska organisation, medan andra var mer turistiskt orienterade, som till exempel *Göteborg*.<sup>63</sup>

När det gäller filmens internationella distribution är det bevarade materialet från informationsavdelningen begränsat. Utöver de tillfällen som filmen lånades direkt från informationscentralen till aktörer utomlands nämns att svenska ambassaden i Washington hade filmen för utlåning.<sup>64</sup> Därutöver finns en omfattande korrespondens kring utlåningen av filmen från filmbiblioteket vid svenska ambassaden i Helsingfors bevarad. Ambassaden verkar ha haft en stor verksamhet kring utlåning av filmer både om Sverige i allmänhet, med fokus på geografi, historia, kultur och näringsliv, och om olika delar av landet. Många av filmerna kom från Svenska institutet, men också direkt från myndigheter, organisationer och företag, som i fallet med *Göteborg*, men återkommande uttrycks svårigheten att få tag i lämpliga filmer för utlåning.<sup>65</sup> Distributionen verkar framför allt ha skett till skolor på alla olika nivåer, som en del av undervisningen i svenska eller geografi, men även till föreningar och ideella organisationer.<sup>66</sup> Vid mitten av 1980-talet hade ambassadens två kopior av *Göteborg* lånats ut drygt 250 gånger och setts av knappt 10 000 personer.<sup>67</sup> Filmen finns även listad i Svenska institutets katalog över svensk kortfilm för internationell distribution utgiven 1976.<sup>68</sup> Att det fanns omfattande ambitioner kring filmens internationella distribution pekar en engelskspråkig broschyr om filmen på.<sup>69</sup> I broschyren, med den ganska modesta rubriken ”A film about Göteborg – one of the centres of Scandinavia”, ges som ett komplement till filmen en lång rad konkreta fakta om staden, rörande allt från antalet invånare, bostäder, sysselsatta inom olika näringsgrenar, biografier, bibliotek, studenter och bilar i staden, till omfattningen på hamnens import- och exportverksamheter.

Sambanden mellan filmens initiala syften och målgrupper, dess *Anlans* och *Adressaten*, och det sätt på vilket den i slutändan kom att användas framstår som allt annat än linjära. Initialt var syftet i hög grad kommersiellt: att presentera Göteborgs näringsliv och turistattraktioner mot målgrupper utomlands. Men trots detta, och att den till stor del finansierades av privata intressen, kom den inom Sverige framför allt att lånas ut till skolor, ideella organisationer och kommunala verksamheter runt om i

landet. Även från filmbiblioteket i Helsingfors lånades den i första hand ut till liknande målgrupper. Den visades också för Göteborgs invånare på den nyinrättade informationscentralen. Även *Göteborg – Hjärtpunkt i Norden* visades i skolor och distribuerades genom landets AV-centraler. Men när det gällde den filmen fanns det redan i förarbetet en uttalad ambition att distribuera filmen så. I de diskussioner som föregick *Göteborg* nämndes skolor eller föreningar aldrig som en visningskontext för filmen. Att den trots allt distribuerades till dessa kontexter framstår å ena sidan inte som en genomtänkt strategi, men å andra sidan diskuteras denna distribution aldrig närmare, utan framstår som okontroversiell.

När filmen visades i skolor och för föreningar verkar den i hög grad ha mottagits som en informativt orienterad film och omnämns till exempel just som en ”informationsfilm” i rapporterna från filmbiblioteket vid ambassaden i Helsingfors.<sup>70</sup> Förväntan på *Göteborg* som en informativ film framgår också med tydlighet i ett antal rapportkort som bolaget Starfilm lät sina kunder fylla i och som sedan skickades till ägaren av filmen, i detta fall informationsavdelningen. På korten fyllde låntagarna i kortfattade kommentarer kring filmerna: antal åskådare, eventuella tekniska problem och korta omdömen om filmen.<sup>71</sup> Trots att korten är slarvigt ifyllda och kommentarerna kortfattade ger de en ganska unik inblick i hur filmen mottogs av sin publik när den visades i skolor och andra icke-kommersiella sammanhang, samt vilken typ av förväntan åskådarna hade på filmen. De positiva omdömena är i majoritet: ”Trevlig film”, ”Gott”, ”Mycket bra” ”God information inför resa till Göteborg”, ”Mycket givande, informativ”. Men det finns också relativt många negativa omdömen. Av dessa kommentarer har nästan alla synpunkter på avsaknaden av speakerröst: ”Behållning hade varit större med tal”, ”Skapligt. Dock minus för avsaknad av tal.”, ”Mellanstadium. – Helt värdelös utan lärare som kan GBG och kan kommentera fortlöpande.”, ”Dåligt att en så pass bra filmad sak ej är tal till. Tyckte både publiken och vi själva.”, ”För icke-Göteborgare borde det ha varit text.”, ”Det kunde ha varit mera tal, eller ett informationshäfte.”

Vad som framträder genom både de positiva och negativa kommentarerna är en syn på beställningsfilmers funktionalitet, och att en film om Göteborg ska erbjuda information, konkreta fakta och upplysningar om staden. En film av detta slag som varken har speakerröst eller andra sätt att kommunicera fakta framstår för många åskådare som obegriplig och ”värdelös”. Visningen i dessa kontexter skapar ett dispositiv där åskådaren förväntar sig en informativ film. Men när ett av dispositivets delar, själva filmen, saknar det textuella element som oftast förknippas med denna

## A film about Göteborg – one of the centres of Scandinavia

A colour film about Göteborg (Gothenburg) the leading and industrial city in Scandinavia . . . Introductory scenes from one of the large shipyards, finishing off with shots of Ulrika Knappe, the girl from Göteborg who won a gold medal for diving in the Olympic Games. And in between a presentation — without commentary — of life in Göteborg covering everyday work, sport and athletics, the world of entertainment and cultural aspects. This publication gives you information to supplement the film.

Broschyr om *Göteborg* (1973), utgiven av stadskansliets informationsavdelning.

informativa orientering lever den helt enkelt inte upp till sin förväntade funktion som informationsfilm. Det centrala här är hur den specifika visningskontexten skapar ett visst förhållande mellan åskådaren och filmen. Med begreppet *para-sited cinema* argumenterade Vonderau för att beställningsfilmer rör sig genom en lång rad olika visningskontexter och många gånger drar nytta av, parasiterar, på dessa kontexters kulturella logik.<sup>72</sup> När *Göteborg* visades i klassrum och hos ideella organisationer fick den genom det dispositiv som dessa kontexter skapade status som informationsfilm. Samtidigt misslyckades filmen med att leva upp till dessa kontexters logik och den förväntan åskådarna hade på filmen.

I filmen garanterades dess finansiärer synlighet genom det som kallades *identifying shot*, vilket närmast kan ses som en form av produktplacering, med tydligt synliga företagsnamn och varumärken. Bland de bevarade rapportkorterna finns det dock inga kommentarer om att filmen skulle visa upp en vinklad bild av Göteborg, att den skulle kunna ses som selektiv eller helt enkelt som smyg reklam för de företag och institutioner som förekommer i filmen. Vonderau har påpekat att även om produktplacering har en lång historia inom den narrativa spelfilmen, var det först under 1980-talet som det blev en del av det allmänna medvetandet och föremål för en bredare kritisk diskussion.<sup>73</sup> Detta verkar också gälla när en film som *Göteborg* visades i skolor och föreningsmiljöer. Fortfarande verkar det ha rått en stark tilltro till den dokumentära filmens sanningsanspråk och ingen diskussion om dess ursprungliga syften eller målgrupper förekom.

Även om *Göteborg* precis som de filmer som diskuterats i tidigare kapitel producerades på analog filmbas, är det uppenbart att filmens distribution och visning bör förstås i relation till en bredare uppsättning av audiovisuella medier, inte minst olika former av bildspel, snarare än i relation till den mer konstnärligt utformade kortfilmen och biofilmen. I informationscentralens filmhörna visades den tillsammans med en lång rad bildspel av olika slag. Så distribuerade bolaget Starfilm inte bara analog film, utan också ”stillfilm och videogram” och även SF:s skolfilmsavdelning hade redan under 1950-talet börjat distribuera bildband och ljudbildband vid sidan om den egentliga skolfilmen. I flera av kommentarerna på rapportkortet från Starfilm lyfts det fram att eftersom filmen saknade speakerröst borde den kompletteras med en skriven handledning så att läraren skulle kunna kommentera de platser och verksamheter som syns i filmen. Här framstår synen på de filmer som visades i skolmiljö som närmast att likna vid talade föredrag med bilder till, vilket bör förstås i relation till de andra mediala tekniker som användes i samma kontext. Men att beställningsfilmen bör förstås i relation till en lång rad andra medier gäller inte bara när de visas i skolmiljö, utan framstår som ett allmänt drag. I temanumret om beställningsfilm av tidskriften *TM – Tekniskt meddelande* från 1973 påpekar Lasse Swanberg just att medielandskapets pågående förändringsprocesser gjorde att beställningsfilmare framgent skulle behöva förhålla sig till en lång rad medier och tekniker: ”Film är i det här sammanhanget bara en bokstav i ett alfabete [Sic!]. Dom andra bokstäverna heter t.ex. trycksaker, bildband, bildspel, diaprogram, utställningar, smalvideo och ljudbandskassetter i ett oöverskådligt antal kombinationer.”<sup>74</sup>

### Kommunal stadsfilm i brytningstid

Många studier av beställningsfilm och *useful cinema* har mitten av 1960-talet som en främre tidsram och perioden därefter är relativt utforskad, både i Sverige och internationellt. Detta gäller även produktionen av stads- och regionfilmer. Utifrån filmen *Göteborg* har jag i det här kapitlet kunnat visa hur det under början av 1970-talet skedde betydande förändringar både i produktionen och distributionen av kommunal stadsfilm och i det sätt på vilket staden representerades. Andra halvan av 1960- och början av 1970-talet framstår på många sätt som en medial brytningstid för beställningsfilmen, där den kom att särskiljas från spelfilmen och biografen som visningskontext. I motsats till flera av de filmer som analyserats i tidigare kapitel, som visades både på bio och i andra kontexter, rör sig en film som *Göteborg* genom ett filmlandskap som löper helt parallellt med den biografförevisade filmen.

Under slutet av 1960-talet och början av 1970-talet blev kommunal information en allt mer diskuterad fråga runt om i Sverige, och i Göteborg bildade stadskansliet en brett hållen informationsavdelning 1971 som koordinerade förarbetet och distributionen av den film som analyserats i det här kapitlet. Men trots att detta växande intresse beskrevs med ledord som demokrati och ökat medborgerligt inflytande, verkar det redan från början ha funnits spår av ett marknadstänkande. De filmer som analyserats i tidigare kapitel kan i hög grad förstås i relation till välfärdsstatens styrningsrationalitet. Den film som analyserats i det här kapitlet kan snarare ses som ett medel för att presentera Göteborg som ett internationellt affärscentrum och turistmål. Även till flera av de filmprojekt som diskuterats i tidigare kapitel erbjöds privata företag och intressenter in för att bidra till finansiering. Det som skiljer är omfattningen på den privata finansieringen och det sätt på vilket finansiärerna påverkade filmens utformning och på ett sömlöst sätt integrerades i den.

Inom projektet kring *Göteborg* flätades flera olika och potentiellt motstridiga intressen och syften samman. Trots att filmen hade en tydlig kommersiell inriktning hyrdes den ut till såväl skolor som ideella föreningar runt om i landet. Den visades också för stadens invånare på den nystartade informationscentralen tillsammans med ett antal andra filmer och bildspel om den kommunala verksamheten och olika samhälleliga och sociala problem. Här framstår gränserna mellan termer som information och marknadsföring som porösa, något som pekar fram mot det marknadstänkande och den entreprenöriellt inriktade kommunala politik som skulle växa fram i spåren av den ekonomiska stagnation som inleddes vid mitten av 1970-talet. Detta ligger i linje med Kåring Wagnmans observa-



tion att perioden för det kommunala intresset för information blev kort och att den bör ses i ljuset av den välfärdsstatliga politikens djupare kris och som en inledande del i övergången mot en entreprenöriellt inriktad politik.<sup>75</sup>

Under 1980-talet fortsatte informationsavdelningen sitt arbete och under decenniet diskuterades både ett antal större filmprojekt och ett bredare bruk av video i den kommunala verksamheten. 1980 bildades också organisationen Gothenburg Region Promotion Office (GRPO) som syftade till att marknadsföra Göteborgsregionen och hade en betydande verksamhet kring film- och videoproduktion med det uttalade syftet att ”sälja staden”. I nästa kapitel kommer produktionen av kommunal stadsfilm i Göteborg under 1980-talet inom dessa två organ att analyseras.

## 7. Mellan välfärd och entreprenörskap

### Kommunal film- och videoproduktion i Göteborg under 1980-talet

Vid ingången till 1980-talet hade effekterna av den ekonomiska krisen slagit igenom på bred front.<sup>1</sup> Under slutet av 1970-talet upphörde verksamheten vid två av Göteborgs stora varv, Eriksberg och Lindholmen, och under 1980-talet kom även större delarna av Götaverken att avvecklas.<sup>2</sup> Varvens nedläggningar drabbade därutöver ett stort antal underleverantörer. Krisåren fick ett konkret uttryck i befolkningsutvecklingen och i motsats till efterkrigstidens kontinuerliga befolkningstillväxt började Göteborgs invånarantal att sjunka för första gången under 1900-talet. Det blev allt mer uppenbart att staden hade lämnat den expansiva efterkrigstiden bakom sig, men fortfarande rådde stor osäkerhet kring dess framtida utveckling. De omfattande konsekvenserna av krisen var inte unika för Göteborg. Snarare var det en kris för storstaden som sådan och drabbade även städer som idag ses som ledande i den globala ekonomin. Under 1970-talet och en bra bit in på 1980-talet fanns det runt om i världen en omfattande ovisshet kring städernas framtid, men i historiens backspegel framstår (stor-)staden som vinnare.<sup>3</sup> I en svensk kontext var det på längre sikt de tre storstadsregionerna och de större universitetsstäderna som var mest framgångsrika i att anpassa sig till den ekonomiska omstruktureringen, medan mindre industriorter runt om i landet klarade övergången sämre. Parallellt med den ekonomiska krisen fortsatte diskussionerna om den statliga styrningen av kommunerna och den upplevda distansen mellan politik och medborgare. Genom de bistrare tiderna hade den välfärdsstatliga apparaten också allt svårare att leva upp till sina åtaganden. Under 1970-talet blev decentralisering ett honnörsord och 1977 års kommunallagsreform innebar en minskad detaljstyrning från den nationella nivån.<sup>4</sup> Detta innebar ett större kommunalt manöverutrymme,

men bidrog samtidigt till den ökade osäkerhet som många kommuner ställdes inför.

Det svar på krisen som kom att utvecklas i många städer var, som tidigare diskuterats, en entreprenöriellt inriktad stadspolitik, där de i högre grad än tidigare antogs konkurrera med varandra i en global kamp om investeringar, turister, företagsetableringar och nya invånare.<sup>5</sup> En ny syn på staden som tillväxtmotor i den regionala ekonomin växte fram, där kommunens roll blev att skapa ett gott företagsklimat och genom en rad mer eller mindre spektakulära åtgärder paketera och marknadsföra staden, inte sällan genom ett mer institutionaliserat samarbete mellan privata och offentliga aktörer. I många städer tog sig marknadsföringen uttryck genom satsningar på iögonfallande arkitektur och stadsbyggnadsprojekt, genom vilka bilden av staden omformulerades. En viktig del var också en förändrad syn på städernas centrala delar och det offentliga rummets roll i den ekonomiska utvecklingen, som arenor för konsumtion och turism.<sup>6</sup> Det skulle emellertid dröja till början av 1990-talet innan den entreprenöriella stadspolitiken, den nya synen på staden och den mer omfattande fysiska omvandlingen av stadslandskapet, fick ordentligt genomslag i Göteborg och andra svenska städer. 1980-talet kan alltså ses som en övergångsperiod mellan den fordistiska, välfärdsstatligt inriktade politiken och den entreprenöriellt inriktade politiken.

Under början av 1980-talet blev marknadsföring en allt mer diskuterad fråga inom Göteborgs kommun. Frågan om hur marknadsföringen av staden skulle organiseras diskuterades upprepade gånger i kommunfullmäktige och flera olika bolag och organ ägnade sig åt uppgiften.<sup>7</sup> 1980 bildades bolaget Gothenburg Region Promotion Office (GRPO) vars uppdrag var att marknadsföra Göteborg och Göteborgsregionen med tonvikt på näringslivet.<sup>8</sup> Reklam- och informationsarbetet riktat till turister organiserades framför allt genom Göteborgs turistråd, som även var en av delägarna i GRPO och en av parterna i Väst kustens turistråd.<sup>9</sup> Göteborgs turistråd var dessutom huvudägare i bolaget Westway Sweden AB som grundades 1983 med syftet att marknadsföra Göteborg som turist-, kongress- och konferensstad.<sup>10</sup> Därutöver ägnade sig även Göteborgsregionens kommunalförbund, Kommunstyrelsens näringspolitiska delegation och det politiskt ledda Näringslivssekretariatet åt olika former av marknadsföring.<sup>11</sup> Parallellt med arbetet inom dessa bolag och organ fortsatte stadskansliets informationsavdelning sin verksamhet under 1980-talet.

När det gäller produktionen av audiovisuellt material inom dessa bolag och organ var framför allt GRPO aktivt och koordinerade tre större filmprojekt under första halvan av 1980-talet. Även informationsavdelningen

var under början av decenniet med i beställningen av ett mer omfattande filmprojekt om Göteborg. Med undantag för en videofilm riktad mot turister från slutet av decenniet, vars beställning inte gått att med säkerhet kartlägga, sju sattes inga större filmprojekt under andra halvan av 1980-talet. Anledningen till den här tidsmässiga koncentrationen av filmprojekt till första halvan av årtiondet är en fråga som kommer att diskuteras i avslutningen av kapitlet.

I det här kapitlet analyseras produktionen av audiovisuellt material inom GRPO och informationsavdelningen och hur denna produktion kan förstås i relation till den ekonomiska krisen och dess efterverkningar. Fyra filmer kommer att analyseras: *Gothenburg goes offshore* (1981), *Gothenburg – Gateway to Scandinavia* (1983), *A west side story* (1985), producerade på beställning av GRPO, och *Göteborg – Porten mot väster* (1982), på uppdrag av informationsavdelningen. *A west side story* har inte gått att lokalisera. Däremot finns ett omfattande material kring dess förarbete bevarat som ligger till grund för en analys av projektet. När det gäller *Göteborg – Porten mot väster*, finns relativt lite material från dess förarbete, men desto mer från dess distribution, bevarat. Precis som i tidigare kapitel tar analysen avstamp i Elsaessers tre "A:n" med utgångspunkt i två frågor: Hur kan filmerna förstås i relation till de nya institutionella formerna för marknadsföringen av staden och formerna för produktionen, distributionen och visningen av beställningsfilm under 1980-talet? Hur konstrueras bilden av Göteborg och stadens invånare i brytningen mellan det gamla och nya?

På liknande sätt som för 1970-talet har relativt lite forskning gjorts om 1980-talets produktion, distribution och visning av beställningsfilm, både i Sverige och internationellt. Under decenniet etablerades video som ett billigare alternativ till analog film. Samtidigt fortsatte den analoga filmen att användas för produktion och distribution av beställningsfilm.<sup>12</sup> I en statlig utredning om massmediekoncentration från 1980 diskuterades filmbranschen och filmproduktionen i Sverige. I utredningen konstateras att kortfilmsproduktionen i Sverige, omfattande både fri kortfilm och beställningsfilm, är "i det närmaste omöjlig att överblicka. Tillförlitlig statistik saknas såväl vad gäller antalet verksamma produktionsföretag som i fråga om produktionsvolymen."<sup>13</sup> Det slås dock fast att beställningsfilmen utgjorde den största delen av den svenska filmbranschen, både ekonomiskt och vad gäller antal titlar, där mer än hälften av all film som spelades in förmodades vara beställningsfilm.<sup>14</sup> Näringsliv och organisationer lyfts fram som de vanligaste beställarna, oftast med reklam- och informationssyfte. Även kommuner samt statliga myndigheter och verk nämns som viktiga beställare. En stor andel av beställningsfilmerna producerades

enligt utredningen för internt bruk inom beställande företag, organisationer och institutioner, en mindre del för visning som skolfilm, och för visning på biograf endast reklamfilm. I utredningen pekades det även på att de stora filmbolagen SF, Sandrews och Europafilm hade en svag ställning gällande produktionen av beställningsfilm. I stället konstituerades marknaden av en stor mängd små företag, inte sällan av enmanskaraktär.<sup>15</sup>

### **Hur säljer man en bit av världen, som denna? Kommunal stadsfilm inom Gothenburg Region Promotion Office**

Att bolaget Gothenburg Region Promotion Office, som bildades 1980, gavs ett namn på engelska är ett påtagligt tecken på dess internationella orientering. Bolaget ägdes till 40 procent av Göteborgs kommun. Övriga delägare var Göteborgsregionens kommunalförbund, Svenska Mässan, Västsvenska handelskammaren, Stiftelsen Göteborgs turistråd och Göteborgs hamn.<sup>16</sup> Redan vid mitten av 1970-talet hade det funnits kommunala initiativ till internationell marknadsföring av Göteborg, men med det nya bolaget var ambitionen att skapa en solidare ekonomisk bas och ett fastare institutionellt ramverk för satsningarna.<sup>17</sup> I bolagets arbete framhölls film och video upprepade gånger som viktiga medel, och under första halvan av 1980-talet koordinerades tre större filmprojekt inom bolaget. I ett PM med rubriken ”Film om och för Göteborg med omnejd” från bolagets första år förklaras dess verksamhet och behovet av att marknadsföra Göteborg i relation till de kärva ekonomiska tiderna:

Gothenburg Region Promotion Office (GRPO!) ska sälja Göteborg internationellt. Som etableringsort, som bas för svenska företag med vilka man kan handla, som naturresurs, som turistort m.m. Tanken är inte unik och långt ifrån ny. Nyhetsinslaget består i att det kring ”projektet” finns en större uppslutning av intressenter med kommunen (plus kranskommunerna), Svenska Mässan, Västsvenska Handelskammaren m.fl. Hur säljer man en bit av världen, som denna? I ett läge då konjunkturer pekar nedåt och då vårt svenska näringsliv brottas med stora problem. Då den internationella konkurrensen hårdnar oupphörligen också när det gäller att promota jätteresurser, som Göteborg med omnejd.<sup>18</sup>

Här noteras att själva praktiken att göra reklam för Göteborg inte var ny. Det nya var just det mer formaliserade och institutionaliserade samarbetet mellan kommunen, kranskommunerna och näringslivets intressenter. Det är också tydligt att bolaget inrättades som ett svar på de kärva ekonomiska

tiderna, med en nedgång för stadens industriella verksamheter och en allt tuffare internationell konkurrens. Här finns även språkliga aspekter att ta fasta på och då särskilt formuleringarna kring att ”sälja Göteborg”. Varianter på uttrycket ”att sälja staden”, som inte använts i diskussionerna kring någon av de tidigare filmer som producerats på beställning av kommunen, återkommer flera gånger i materialet kring film- och videoproduktionen inom GRPO. Förskjutningen mot ett mer kommersiellt orienterat språkbruk och den nya institutionaliserade formen för samarbete kring marknadsföring pekar framåt mot 1990-talets entreprenöriellt inriktade politik. Efter en fortsatt diskussion om stadens resurser och möjliga nyorienteringar för dess industrier fastslås att: ”Och låt oss göra en film om detta. Inte lång och inte förljuget glättad. En rak, men annorlunda presentation på cirka 15 minuter.”<sup>19</sup> Trots att GRPO inrättades som en ny typ av organ för att marknadsföra Göteborg i den internationella konkurrensen framträder här något av en skepsis inför ett alltför ytligt och förljuget reklam- och marknadsföringsspråk.

Det dröjde till 1985 innan en mer allmänt hållen film om Göteborg producerades på uppdrag av GRPO. I stället sjösatte bolaget först två mer nischade filmprojekt. Först ut var den tretton minuter långa filmen *Gothenburg goes offshore* från 1981, om stadens offshoreindustrier, det vill säga produktionen av plattformar och annan storskalig utrustning till oljeindustrin ute till havs. Därefter producerades 1983 en film om Göteborg som transportcentrum, den tjugo minuter långa *Gothenburg – Gateway to Scandinavia*. De två filmerna kring Göteborgs offshoreindustrier respektive staden som transportcentrum har flera likheter i det sätt på vilket de beställdes och distribuerades och kommer i det följande att analyseras tillsammans. Därefter diskuteras bolagets tredje filmprojekt, det mer övergripande Göteborgsporträttet *A west side story* från 1985.

#### **Filmprojekt att möta krisen med: *Gothenburg goes offshore* (1981) och *Gothenburg – Gateway to Scandinavia* (1983)**

Prioriteringen av offshoreindustrin för den första filmproduktionen inom GRPO motiverades med den uppåtgående internationella trenden inom branschen och att många företag i Göteborgsregionen var direkt eller indirekt verksamma inom den.<sup>20</sup> Här fanns en möjlig nyorientering för den hårt ansatta varvsindustrin i Göteborg och viktiga aktörer var till exempel Arendalsvarvet, som under början av 1980-talet ställde om sin produktion till att producera plattformar till den norska oljeindustrin, och



bolaget Consafe, som specialiserade sig på att bygga bostadsplattformar till offshoreindustrin.<sup>21</sup> I det bevarade materialet kring filmen framträder även en brådska att komma igång med marknadsföringen, både som ett sätt att understödja försöken att muta in de göteborgska företagens position på den framväxande offshore-marknaden och att knyta an till en stor mässa om offshorebranschen som skulle hållas på Svenska mässan sommaren 1981.<sup>22</sup> I projektbeskrivningen konstaterades att ”målgruppen för en informationsinsats är relativt begränsad men har global karaktär”.<sup>23</sup> Ett trettiotal intressenter var med och finansierade projektet, som alla fick varsin helsidesannons i en broschyr som distribuerades tillsammans med filmen.<sup>24</sup> Utöver videokopior som erbjöds de medverkande företagen var filmen i första hand ämnad för visning på internationella offshore-mässor och kom att visas på sju sådana arrangemang runt om i världen, vilket förutom Göteborg inkluderade Aberdeen, Moskva, Singapore, Peking, Houston och Stavanger.<sup>25</sup> Hela projektet, inklusive tryckt material, visningen av filmen på mässor och videokopior till medverkande företag, kostade 668 000 kronor, vilket motsvarar knappt 2,1 miljoner i 2020 års penningvärde.<sup>26</sup> I en skrift utgiven av Sveriges film- och videoproducenters förening från 1984 anges att den genomsnittliga beställningsfilmen i Sverige hade en längd på 24 minuter och en produktionskostnad på cirka 175 000 kronor.<sup>27</sup> Med sina tretton minuter framstår *Gothenburg goes offshore* därmed som en väldigt omfattande satsning, även om priset också inkluderade tryckt material och visning av filmen på ett tiotal mässor runt om i världen.

När det gäller projektet kring *Gothenburg – Gateway to Scandinavia* syftade det till att göra en film om transport-, bank- och försäkringsbranschen i staden.<sup>28</sup> Här fanns inte samma brådska att positionera staden på en ny framväxande marknad. Transportnäringen och i synnerhet hanteringen av containergods var en av de branscher i Göteborg som trots initial osäkerhet kom att klara omställningen i spåren av krisen relativt bra.<sup>29</sup> Sexton intressenter bidrog till projektets finansiering med 23 000 kronor var.<sup>30</sup> Precis som för *Gothenburg goes offshore* kompletterades filmen med tryckt material och det garanterades att filmen genom GRPO:s försorg skulle visas på minst fyra internationella mässor.<sup>31</sup> De två filmerna producerades på 16mm filmbas och kopierades sedan till video, där den analoga filmen skulle användas vid visningar på mässor och konferenser och videokopior av filmen distribueras till de medverkande företagen, för intern och extern visning. *Gothenburg goes offshore* producerades av bolagen Admedia och Intervideo och *Gothenburg – Gateway to Scandinavia* av bolaget Filmmedia, där åtminstone Intervideo och Filmmedia var baserade i Göteborgsområdet.<sup>32</sup>

## VI SÄLJER GÖTEBORG SOM TRANSPORTCENTRUM


Videofilmen om Göteborg och ERT FÖRETAG!  
lockar regionens stora potential.  
Visa på transportmässor ute i hela världen! Visa på konferenser och transportmässor! Finn tillgänglig på svenska handelskontor!



Ni använder ERT EXEMPLAR av videofilmen för externa och interna visningar för kunder och samarbetspartners, utbildningsomgångar!



WEST SIDE SWEDEN är 482 ägare helt åt Göteborg som transportcentrum!  
- Bästans en sidans informationsskrift blir West Side Sweden ur 4 den stora kampsstryckskan i försäljningsdriven för Göteborg som transportcentrum!  
Nu bifogar över en helida i West Sweden där Ni kan presentera Ert företag!



Mer information om bästa kampanj från:  
**Gothenburg Region Promotion Office**  
Noora Hamngatan 14  
411 14 Göteborg  
Tel. 031-61 24 25

Informationsblad från Gothenburg Region Promotion Office om *Gothenburg – Gateway to Scandinavia* (1983).

De två filmerna skiljer sig på flera sätt från de filmer som tidigare analyserats när det gäller hur Elsaessers tre A:n konstitueras, det vill säga det syfte med vilket de producerades, hur de beställdes och finansierades samt vilka målgrupper de riktade sig till. Där flera av de äldre filmerna hade en öppen karaktär, producerades med flera olika syften och rörde sig mellan visningskontexter av skilda slag, framstår *Gothenburg goes offshore* och *Gothenburg – Gateway to Scandinavia* som mer stängda, med tydligt avgränsade syften (*Anlass*), målgrupper (*Adressat*) och visningskontexter.

En viktig aspekt av båda filmerna är det sätt på vilket deras sponsorer bjöds in till projekten och gavs möjlighet att påverka hur de skulle synas i de färdiga filmerna. Med undantag för *Sveriges port mot väster/Staden vid Västerhavet* från 1946 har stadens näringsliv och aktörer inom turistbranschen på olika sätt bjudits in till att vara med och finansiera alla de filmer som hittills har diskuterats i avhandlingen. Omfattningen av de

privata aktörernas medverkan har dock varierat och det var först med filmen *Göteborg* från 1973 som de bidrog med den större delen av filmens finansiering. Men förutom det som i manuset till *Göteborg* kallades *Identifying shot*, förekom det inte under förarbetet till någon av de äldre filmerna några utförligare diskussioner om *hur* de medverkande företagen skulle representeras i filmen.

*Gothenburg goes offshore* och *Gothenburg – Gateway to Scandinavia* finansierades nästan fullt ut genom bidrag från aktörer inom näringslivet. Sponsorerna bjöds också uttryckligen in att påverka det egna företagets synlighet i filmerna. I ett PM kring *Gothenburg goes offshore* understryks det till exempel att: ”Det är dock viktigt att företagen upplever projektet värt pengarna, dvs att man förväntar sig att få ut mer av projektet än man sätter in i det samma. En avgörande förutsättning är att företagen också är med och specificerar hur och med vilka delar av sin verksamhet man vill figurera.”<sup>33</sup> I korrespondensen kring projekten återkommer flera synpunkter från de medverkande företagen på filmernas föreslagna synopsis, något som framför allt handlade om i vilken omfattning respektive företag nämns i filmen och detaljer kring hur företagets och bolagens verksamhet presenteras av speakerrösten.<sup>34</sup> I slutet av *Gothenburg – Gateway to Scandinavia* listas också de företag och organisationer som var med och sponsrade filmen, något som inte förekommit i någon av de äldre filmerna.

Utifrån ett av Vonderaus tre T:n (*topographies*) är en viktig ingång i den här avhandlingen att analysera de studerade filmerna i de konkreta sammanhang de visades inom.<sup>35</sup> De målgrupper och visningskontexter en viss film visades i och de dispositiv som dessa kontexter skapat fungerar som en nyckel för att kunna analysera filmen på ett adekvat sätt. Genom att *Gothenburg goes offshore* och *Gothenburg – Gateway to Scandinavia* uteslutande producerades för näringslivskontexter, snarare än för visning i skolor, föreningar och andra icke-kommersiella sammanhang, gjorde att deras säljande ambition och filmernas sponsorer kunde framträda på ett mer explicit sätt än i tidigare filmer. De två filmerna framstår på ett mer direkt sätt som *beställningsfilmer* än de som diskuterats i tidigare kapitel. Att de har engelska titlar och speakerröster ger dem också en tydlig internationell adressering, vilket ligger i linje med deras *Adressaten*. Bland de filmer som hittills analyserats är det första gången som en film enbart producerades på engelska och det fanns heller aldrig någon diskussion om att de två filmerna också skulle produceras med speakerröst på svenska. Nytt är också att filmerna bara riktade sig mot näringslivet och inte alls var tänkta att användas mot andra målgrupper. Hur kan då filmernas audiovisuella argumentation och det sätt på vilket staden representeras förstås i relation



Stillbild ur *Gothenburg goes offshore* (1981).

till deras snäva syften, tydligt internationella och näringslivsorienterade adressering och de dispositiv de var en del av?

### ***Gothenburg goes offshore***

Filmerna börjar ute till havs. Till dramatisk musik fyller det oroliga havet med höga vågor och stormigt väder hela bilden. Kameran rör sig upp och ner i takt med vågorna. Filmens titel i stora röda bulliga bokstäver med smal vit skuggning tonas in. Flera tagningar följer på fartyg som rör sig i det stormiga havet och på pelarna till en oljeplattform kring vilken vågorna går höga. Samtidigt förklarar en engelsk speakerröst med amerikansk accent i dramatiska ordalag de tuffa krav som ställs på produktionen av plattformar och utrustning till offshoreindustrin. Sedan betonas hur befolkningen kring Nordsjön genom århundradena mött denna utmaning, från vikingarnas båtar till dagens fiskare, där inte bara mänsklig muskelkraft utan teknik sägs ha spelat en central roll. Den teknologiska utvecklingen och kunnandet lyfts också fram som en central del av Göteborgs intåg på offshoremarknaden. Till flygbilder över Göteborgs hamn- och varvsområden betonas stadens internationellt framgångsrika näringsliv och i synnerhet dess sjöfart och varvsverksamheter. Till tagningar i

regnigt väder från fontänen på Götaplatsen lyfts statyn av Poseidon fram som en symbol och påminnelse för stadens invånare att havet är en del av deras liv och dess tuffa miljö en utmaning de måste möta. Till ytterligare tagningar ute till havs betonas de höga kraven på plattformar och andra produkter som ska användas inom offshoreindustrin och de göteborgska företagens tekniska kunnande och rigorösa produktions- och testprocesser.

I filmen presenteras sedan produktionen av oljeplattformar vid Arendalsvarvet samt ett flertal andra företag i Göteborgsregionen med koppling till produktion, reparation och underhåll av produkter inom offshorebranschen. Beskrivningen av hur stadens näringsliv tagit steget in på offshoremarknaden är fylld av superlativ. Många företag beskrivs som världens modernaste eller mest framgångsrika. Speakerröstens dramatiska framställning korresponderar med återkommande tagningar på fartyg och oljeplattformar i stormande hav och hårt väder. Genom tagningar från laboratorie- och forskningsmiljöer visas hur utrustning som ska användas inom offshoreindustrin testas för att möta miljön ute till havs. Filmade planscher visar upp modeller av några av de oljeplattformar som producerades vid Arendalsvarvet. I en kontorsmiljö ger en företrädare från fartygskoncernen Stena, direkt vänd till kameran, en tekniskt detaljerad redogörelse för en av företagets internationella fartygsaffärer. Sedan följer ett flertal scener från industriföretag som producerar komponenter till oljebranschen.

Därefter presenteras Consafes produktion av bostadsplattformar, med behagliga ytor för rekreation. Till tagningar från älvstränderna och sedan från gatumiljöer i den centrala staden rundas filmen av med att speakerrösten återigen betonar att Göteborg är på väg att bli ett centrum för den globala offshoreindustrin och knyter återigen an till stadens historia: "Being near the North sea oil fields is a lucky coincidence for Gothenburg, but being a trade center for northern Europe for as far back as anyone can remember is no coincidence." Göteborgs kopplingar till omvärlden genom sjöfart, flyg, tåg och motorvägar lyfts fram och sedan presenteras den stora offshoreutställningen på Svenska mässan som ett utmärkt tillfälle att knyta kontakter med stadens offshoreindustrier, även om tidpunkten för mässan inte anges. Till en tagning i grått och molnigt väder från trappan till konstmuseet i riktning mot Kungsportsavenyns sträckning norrut, med Götaplatsen och fontänen och statyn av Poseidon i förgrunden, rundar speakerrösten av filmen: "So as we like to say here: Välkommen till Göteborg!".

### **Gothenburg – Gateway to Scandinavia**

Filmen inleds med en tagning på en målad karta. Kameran rör sig nedåt längs med en älv som delar kartan och bilden i två delar. Efterhand syns små röda fyrkanter som illustrerar bebyggelse på båda sidor om älven. Vid utloppet i havet syns ännu mer bebyggelse kring älvens stränder och på några öar utanför utloppet. Därefter följer fyra tagningar där kameran filmar oljemålningar med motiv från historiska hamnmiljöer. Under anslaget förklarar en speakerröst på engelska den historiska betydelsen av vattenvägar för hur transportleder och städer vuxit fram längs med floder, kuster och älvmyningar. Genom sitt geografiska läge har naturen enligt speakerrösten försett Göteborg med en perfekt hamn och en geografisk position som gjort att staden under historiens lopp kommit att bli det ledande transportcentret för hela Skandinavien, idag inte bara genom sjöfart utan också genom land- och flygtransporter. Anslaget avslutas med en bild på en enkel karta över södra delen av Skandinavien med Göteborg och de skandinaviska ländernas huvudstäder markerade med röda prickar tillsammans med filmens titel i vit text.

Sedan följer flygbilder över stadens hamnområden och speakerrösten lyfter fram stadens transportmöjligheter genom fartygstrafik, motor- och järnvägar och flygplatsen Landvetter, med stor utbyggnadspotential. Den fortsatta filmen består av ett antal ganska långa scener filmade med direktupptagna miljöljudd från stadens containerhamnar, rangerbangårdar, lastbilscentraler samt Landvetter. Varor lastas och omlastas för transport med fartyg, lastbilar, tåg och flygplan till och från platser runt om i Sverige och vidare ut i världen. Långa och detaljerade beskrivningar ges av ett antal olika namngivna företag och deras rationaliserade tekniker för på-, av- och omlastning av varor mellan olika transportslag. I flera scener lyfts nya former av datakommunikation fram som en central del av företagets effektiva transportsystem. Även stadens universitet och Chalmers tekniska högskola pekas ut som viktiga aktörer som i samarbete med näringslivet bedriver forskning kring varors ekonomiska livscykel, från produktion till konsumtion. Stadens hotell och kongressanläggningar lyfts också fram som en viktig del av den industriella infrastrukturen. Sedan betonas försäkrings- och bankföretagen i staden som en viktig stödfunktion till transportnäringarna. Till tagningar från båtar och fartyg ute till havs avslutas filmen med att speakerrösten återigen knyter an till stadens historia som en viktig grund för dess utveckling som transportcentrum:

Nature has been generous in providing Gothenburg with everything it needs to be the centre of transport and communication for all of Scan-



dinavia. History has also played its part. During centuries of wars, the Danish and the Norwegian boarders have run through this region. People in Gothenburg feel they're close to their Scandinavian neighbours, not only geographically but also culturally. And ever since the business of shipping started the people of Gothenburg take pride in Gothenburg being an open door to the rest of the world.

### Industrifilm, stadsfilm och bilden av Göteborg

Speakerrösten i båda filmerna präglas av uppskruvade och, i synnerhet när det gäller *Gothenburg goes offshore*, närmast forcerade beskrivningar av de näringsgrenar som står i fokus. Samtidigt har filmerna med sina tretton respektive tjugo minuter ett torrt informativt drag, med långa och detaljerade scener kring olika produktions- eller logistikprocesser. Här finns få av de berättarmässiga grepp, till exempel komik, som använts i tidigare filmer för att hålla åskådarens intresse vid liv. Detta bör förstås i relation till deras snäva inriktning på att visas i näringslivskontexter och inte i andra sammanhang där det fanns en större förväntan på ett visst underhållningsvärde. De två filmerna karaktäriseras till viss del av ett expositoriskt modus, där speakerrösten intar en central position. Samtidigt kännetecknas filmerna av en mer explicit säljande argumentation än den förment neutrala framtoning som detta modus brukar förknippas med och framstår på ett mer uttalat sätt som beställningsfilmer.

Stilmässigt skiljer sig de två filmerna åt. I *Gothenburg goes offshore* finns ett genomarbetat samspel mellan musik, kameraarbete, speakerröstens argumentation och de många scenerna ute till havs i hårt väder. *Gothenburg – Gateway to Scandinavia* har genomgående ett ganska enkelt stilistiskt uttryck. I de långa scenerna från hanteringen av varor i containerhamnen, på rangerbangårdar och logistikcentraler, har filmen bitvis drag av ett observerande modus. Ljudbilden är i dessa scener stökig, med direktupptaget ljud från av-, på- och omlastningen av varor från de olika transportslagen.

Titeln *Gothenburg – Gateway to Scandinavia* har stora likheter både med flera av de äldre filmerna och med *Göteborg – Porten mot väster* som producerades inom informationsavdelningen två år tidigare, 1982, och som analyseras nedan. Denna rumsliga topik och just ordet port har varit återkommande för att beskriva Göteborgs rumsliga placering i Sverige och Skandinavien och stadens kopplingar till omvärlden och flödet av varor och turister till, från och genom staden. Samtidigt bör riktningen på dessa rörelser understrykas. I såväl *Sveriges port mot väster* från 1946 och informationsavdelningens film från 1982 betonas en riktning från Sverige och

ut mot världen. I *Gothenburg – Gateway to Scandinavia* understryks i stället en riktning från omvärlden mot Skandinavien och Göteborgs roll som en port för denna rörelse.

Trots att de två filmerna är snävt inriktade på att presentera företagen och verksamheterna inom respektive bransch och inte alls lyfter fram stadens bredare utveckling finns i båda filmerna försök att tillskriva staden och dess invånare egenskaper som ligger i linje med respektive films tema. Så till exempel i inledningen och avslutningen av *Gothenburg – Gateway to Scandinavia* där stadens roll som transportcentrum kopplas till dess historia. I filmens avslutning sägs stadens historia ha gett dess invånare en öppenhet mot världen som korresponderar med rollen som transportcentrum. Även i tidigare filmer har stadens historiska roll som hamnstad lyfts fram, dock utan att därigenom knyta den till särskild öppenhet hos dess invånare. Snarare har Göteborgs historia kopplats till den svenska nationalstaten och hur staden, när den grundades, både fungerade som Sveriges enda handelsstation vid havet västerut och som ett militärt fäste mot omvärlden.

På liknande sätt används i *Gothenburg goes offshore* statyn av Poseidon vid Götaplatsen som ett sätt att tillskriva stadens invånare egenskaper i linje med filmens argumentation. Till dramatisk musik och tagningar av statyn ur grodperspektiv förkunnar speakerrösten: "And Poseidon, the mythological God of the sea stands in the centre of the city, a symbol and a constant reminder to the people living there that the sea is a part of their life, a challenge that they must meet." Från en tagning där strilande regn tillsammans med fontänens vatten strömmar ner över statyns nedre del sker ett klipp till en tagning med höga vågor och hårt och regnigt väder ute till havs. Här används statyn som ett sätt att framställa stadens invånare som särskilt starkt knutna till havet, väderbitna existenser vars dagliga liv står i nära symbios med havets tuffa förhållanden.

En jämförelse kan här göras med slutet av *Den gyllene porten* från 1957. Även i den filmen kopplades fontänen och statyn av Poseidon till vädret och stadens invånare, men på ett fundamentalt annorlunda sätt. Till en tagning i motljus där solen lyser upp statyn och fontänens bågar av vatten bakifrån förklarar speakerrösten: "Så kommer kvällen och Poseidon får guld i sin våta lyra." Från den soliga tagningen av statyn sker ett klipp till en tagning från hamnen. En fiskebåt rör sig i maklig fart över det solglänsande vattnet och i bildens bakgrund syns silhuetterna av hamnkranar och Skansen Kronan på en av höjderna söder om hamnen. I nästa tagning är kameran placerad ombord på en enkel fiskebåt, i förgrunden hänger fiskenät och vid båtens reling lite längre in i bilden står en man i basker

med ett dragspel. Ännu längre in i bildens bakgrund, bortom det återigen glänsande vattnet syns på nytt silhuetter av hamnens kranar. Speaker-rösten förkunnar: ”En stillsam ton från ett dragspel lockar oss ner till hamnen” och samtidigt hörs dragspelsmelodin på ljudspåret. Filmen avslutas med ytterligare tagningar med motiv från hamnen i motljus: Götaälvbron, segelfartyg och hamnkranar. Samtidigt förkunnar speaker-rösten: ”Hela hamnen har fått ett skimmer av glimrande guld. Vi börjar förstå varför göteborgaren så högt älskar sin stad. För honom är den inte bara Sveriges port mot väster, den är ’Den gyllene porten’.” Här framställdes göteborgaren knappast som en väderbiten existens som dagligen måste kämpa mot havets tuffa förhållanden, utan snarare det diametralt motsatta, där tillvaron i hamnstaden skildrades som lyriskt behaglig.

*Den gyllene porten* och *Gothenburg goes offshore* skiljer sig åt på fundamentala sätt. Medan den tidigare filmen framför allt var riktad mot turister och fokuserade på Göteborg som turist- och sommarstad är den senare filmen riktad mot näringslivet med fokus på Göteborgs expanderande tillverkning av plattformar och andra produkter och komponenter till oljebranschen. Men i båda filmerna används statyn av Poseidon i kombination med vädret och klimatet för att framställa staden och dess invånare på ett sätt som ligger i linje med respektive films tema: Göteborg som en härlig turist- och sommarstad eller tvärtom som en kuststad, hårt ansatt av havets tuffa förhållanden, där invånarnas arbete ute till havs närmast ligger i deras DNA. Detta kan läsas symptomatiskt som en spegling av respektive tidsperiods ekonomiska klimat. Under slutet av 1950-talet, då *Den gyllene porten* producerades, var den ekonomiska utvecklingen stark. Hamnstaden och havet framställdes i glimrande och förföriskt solljus. 1981 är havet i stället oroligt och krävande och beskrivningen av stadens invånare kan ses som ett sätt att framhålla att de klarar av både havets och den turbulenta tidens tuffa klimat.

Poseidon är ett av de fysiska landmärken i Göteborg som förekommit i bild i alla de tidigare filmerna som analyserats. Upprepade gånger har statyn och fontänen lyfts fram vid namn och knutits till olika idéer om staden och inte minst kopplats ihop med de kulturinstitutioner som omgärdar den på Götaplatsen. För både en lokal och en svensk publik var statyn med stor sannolikhet redan en välkänd symbol för Göteborg, som åskådaren närmast tog för givet skulle förekomma i en film om staden. Han eller hon var många gånger säkert också bekant med dess placering på Götaplatsen högst upp på Kungsportsavenyn. Den internationella företagspubliken som *Gothenburg goes offshore* riktade sig mot, dess *Adressaten*, var förmodligen inte lika bekant med statyn sedan tidigare. Däremot

var den tacksam att använda för att tillskriva stadens invånare egenskaper i linje med filmens budskap. Det är tydligt att dessa försök att knyta Göteborgs historia, eller ett av dess fysiska landmärken, till en viss bild av staden och dess invånare inte var ämnad som en identitetsskapande funktion inåt, utan snarare syftade till att skapa en säljande bild av Göteborg för målgrupper inom ett internationellt näringsliv. Här finns också en viktig skillnad mot i synnerhet *Göteborg – Hjärtpunkt i Norden* från 1964 och *Göteborg* från 1973, som båda producerades med en internationell publik i åtanke och på ett tydligt sätt använde sig av svenska symboler och klichéer. I *Gothenburg goes offshore* och *Gothenburg – Gateway to Scandinavia* syns inga nationella symboler och liten vikt läggs vid att betona Göteborg som svensk stad och knyta staden till den nationella nivån.

Genom den snäva inriktningen hos *Gothenburg goes offshore* och *Gothenburg – Gateway to Scandinavia* och det sätt på vilket de visar upp industriprodukter och produktions- och distributionsprocesser inom respektive bransch, ligger det nära till hands att betrakta dem som en form av industrifilmer snarare än som mer brett hållna stadsfilmer, trots att de marknadsför en hel ekonomisk sektor snarare än ett enskilt företag. Zimmermann lyfter fram just visning på mässor och utställningar, samt intern visning inom företaget, som viktiga kontexter för vilka många industrifilmer producerades.<sup>36</sup> Det liknar mycket hur *Gothenburg goes offshore* och *Gothenburg – Gateway to Scandinavia* visades och som jag har argumenterat för så är det just de snäva målgrupperna och visningskontexterna som ger dem ett antal särdrag gentemot de filmer som diskuterats i tidigare kapitel. Elsaesser har argumenterat för att många beställningsfilmer bör studeras som ett slags händelser, snarare än som fixerade och tydligt avgränsade filmiska texter. Det stämmer väl in på de två filmerna och kanske i synnerhet på *Gothenburg goes offshore*. Filmen distribuerades som videokopia till medverkande företag, men det främsta syftet med filmen var att visas på ett tiotal offshore-mässor runt om i världen. Filmen producerades således i första hand för ett tiotal på förhand väldefinierade, rumsligt och tidsmässigt avgränsade, visningstillfällen och förlorar mycket av sitt syfte utanför dessa sammanhang. Dessutom producerades den tillsammans med tryckt material och ska förstås som en del av både en större marknadsföringskampanj och ett större utställningsprogram än som ett avgränsat objekt. Där flera av de andra filmerna hade relativt lång livslängd, och i flera fall fanns tillgängliga för skolvisning under mer än tio års tid, framstår livslängden för *Gothenburg goes offshore* som begränsad, inte minst med tanke på den brådska som rådde kring att komma igång med projektet och att förhoppningarna kring satsningarna på offshorebranschen

några år senare gick om intet. Men trots filmens begränsade målgrupper och det fåtal visningstillfällen den producerades för kan den ändå ses som ett prestigeprojekt, med en väldigt omfattande budget och ett brett uppdrag förarbete där många intressenter bidrog till dess finansiering.

Ett av de tre T:n som Vonderau lyfte fram som ett sätt att karaktärisera beställningsfilmer och hur de bör studeras, var att betrakta dem som *transient objects*, flyktiga objekt. På ett plan kan *Gothenburg goes offshore* och *Gothenburg – Gateway to Scandinavia* ses som just flyktiga. De producerades i första hand för få och väl avgränsade visningstillfällen och hade kort livslängd efter att ha visats i dessa sammanhang. Samtidigt har de två filmerna en annan textuell beständighet än de som diskuterats i tidigare kapitel. De producerades för ett fåtal på förhand definierade visningstillfällen och jag har inte hittat någon diskussion om att de skulle redigeras om i olika versioner. Detta i motsats till flera av de äldre filmer som analyserats, som redigerades om för att passa olika målgrupper och visningskontexter eller för att förlänga filmerna livslängd. Genom att de äldre filmerna producerades med flera olika syften (*Anlässe*) och målgrupper (*Adressaten*), samt var tänkta att användas under lång tid, hade de en annan typ av textuell och materiell flyktighet än de två första filmer som GRPO producerade.

Men även om *Gothenburg goes offshore* och *Gothenburg – Gateway to Scandinavia* ska förstås som prestigeprojekt och som avgränsade verk hade de bolag och personer som låg bakom deras produktion en undanskymd roll i själva filmerna. I *Gothenburg goes offshore* finns ingen information om filmbolag, producent eller manusförfattare. I *Gothenburg – Gateway to Scandinavia* ges denna information alldeles i slutet av filmen, efter att dess sponsorer har presenterats och det informerats om att den produceras på uppdrag av GRPO. Det beror förmodligen på att information av det slaget hade mindre betydelse i kontexterna där de visades. Snarare än isolerade filmer bör de förstås just som en del av ett större medialt komplex, det Elsaesser kallar ett *Medieverbund*, inkluderande trycksaker och ett större utställningsprogram, som knyter an till och överlappar det dispositiv som visningen av filmen skapar.

De kommunala stadsfilmer som diskuterats i tidigare kapitel, åtminstone fram till *Göteborg – Hjärtpunkt i Norden* från 1964, knöt på ett tydligt sätt an till den klassiska dokumentärfilmen och det Nichols kallar ett expositoriskt modus. Trots en förment neutral framtoning bör filmerna förstås som offentligt understödda upplysnings- och propagandamedel inom ramen för den socialdemokratiska välfärdsstaten. Även om filmerna i flera fall riktade sig utåt mot turister och ett internationellt näringsliv,

visades de också för stadens egna invånare, på biografier och för skolbarn både i Göteborg och runt om i landet. Och även när de framför allt riktade sig till turister och näringsliv lades stor vikt vid att presentera de välfärdsstatliga framstegen, de framväxande bostadsområdena och de nya offentliga institutionerna.

I *Gothenburg goes offshore* och *Gothenburg – Gateway to Scandinavia* syns ingen ambition att presentera stadens bredare utveckling vid sidan av expansionen inom respektive näringsgren. I stället för att fungera som medel för att legitimera den välfärdsstatliga politiken, syftade filmerna på ett mer explicit sätt till att sälja staden mot ett internationellt näringsliv med målet att stärka stadens ekonomiska utveckling. Filmerna producerades för att marknadsföra två grenar av de hårt ansatta varvs- och hamnnäringsarna i staden, vilket bör ses som försök att hitta svar på krisen inom hamn- och industristadens ramar, snarare än som del av en ekonomisk omstrukturering. Att ställa om varvsindustrin mot att producera plattformar och andra komponenter till oljeindustrin verkade initialt, medan oljepriset fortfarande var högt, vara en lyckosam väg. Med hjälp av filmen *Gothenburg goes offshore* och dess kringliggande marknadsföringskampanj hoppades man kunna muta in Göteborgs position på denna framväxande marknad. Men med sjunkande oljepriser under mitten av 1980-talet blev dock även denna nyorientering en återvändsgränd och under andra halvan av 1980-talet gick bolaget Consafe i konkurs och verksamheten vid Arendalsvarvet avvecklades helt.<sup>37</sup>

### En (arbetar-)stad att vara stolt över:

#### *A west side story* (1985)

Det tredje filmprojektet som koordinerades av GRPO skiljer sig på flera sätt från *Gothenburg goes offshore* och *Gothenburg – Gateway to Scandinavia*, inte minst genom att det fanns en uttalad ambition att teckna ett mer omfattande porträtt av staden. Filmen producerades på videoformatet BVU (Broadcast Video U-matic) och distribuerades på VHS-kassett.<sup>38</sup> Själva filmen har dock inte gått att lokalisera, varken i de nationella arkiven eller i Göteborg. Däremot finns ett relativt omfattande material kring dess förarbete och finansiering bevarat, där det framgår att den färdigställdes 1985 under titeln *A west side story*.<sup>39</sup> Precis som de två tidigare filmerna som producerades inom GRPO verkar filmen i första hand ha varit riktad mot näringslivet och producerats för visning på mässor, kongresser och andra kommersiella sammanhang. Även till den här filmen bjöds företag in för att bidra till dess finansiering, denna gång med 10 000 kronor



var.<sup>40</sup> Men där de två tidigare filmerna var tydligt nischade mot att presentera specifika näringar inom stadens näringsliv uttrycktes i förarbetet till *A west side story* i stället ett behov av en bredare presentation av staden, även inkluderande företeelser som kulturutbud och naturområden i stadens närhet. Det förklarades att:

Avsikten är att programmet ska kunna visas för utländska besökare i samband med företagsbesök, kongresser, mässor, sammanträden och liknande. Den skall också kunna användas i företagets strategiska marknadsföring, vara underhållande och visa att Göteborgsregionen är något att vara stolt över.<sup>41</sup>

I en artikel i den socialdemokratiska tidningen *Arbetet* med rubriken ”Göteborg ska säljas på video” förklaras också de många olika syftena med filmen:

Även om det finns en viss målgrupp ska filmen kunna vända sig till i stort sett alla. Den ska också kunna visas i skolor och på TV. Den blir inte längre än en kvart och helt utan tal för att vara gångbar internationellt.<sup>42</sup>

I jämförelse med de två tidigare filmernas avgränsade användningsområden framstår denna films syften och målgrupper, dess *Anlass* och *Adressat*, som mer oklart definierade. Även om filmen i första hand verkar ha varit riktad mot näringslivet, samsades ett flertal olika, och kanske inte helt kompatibla, syften och tänkta visningskontexter, inkluderande såväl företagskontexter som visning i skolmiljö. Precis som när det gäller *Göteborg* från 1973, skulle även *A west side story* produceras utan speakerröst för att underlätta en bredare internationell distribution, utan någon diskussion om vilka konsekvenser det skulle få när filmen visades i olika kontexter. Att *Göteborg* producerades utan speakerröst gjorde, som diskuterades i föregående kapitel, att den fungerade mindre bra i skolor och andra miljöer där speakerrösten sågs som en central del av informativt orienterade filmer. Under förarbetet till *A west side story* underströks det att filmens sponsorer skulle listas i slutet, vilket också det kan tänkas ha försvårat distribution till skolor och föreningar.

Hur filmen i slutändan kom att användas har inte gått att kartlägga. Utifrån bevarade dokument kring filmen, inte minst dess manus, är det dock tydligt att det sätt som staden representerades på skiljer sig från de två tidigare filmerna inom GRPO. I manuset har filmen den för många äldre stadsfilmer typiska ”En dag i staden”-strukturen och kretsar kring



Artikel ur tidningen *Arbetet* om *A west side story* (1985).

en ganska simpel historia om en man som på väg till jobbet på morgonen upprepade gånger misslyckas med att slänga en påse sopor. I manuset lyfts såväl bostadsområden, utbildning, idrott, industrier, konsumtion, nöjesliv fram, samt ett flertal historiska byggnader och lokala symboler, som till exempel Feskekörka och skansarna Lejonet och Kronan. Här finns en betoning både på lokala identitetsmarkörer och på vardagliga miljöer och välfärdstatliga institutioner. Karaktäriserades de två tidigare filmerna av en torr ton och andefattig redogörelse för olika industriella verksamheter, utan större berättarmässiga kvaliteter, finns här ett karaktärsfokus och en narrativ struktur, med ambition att ge filmen underhållande och komiska kvaliteter.

Huvudrollen i filmen skulle spelas av skådespelaren Tomas von Brömssen, något som flera gånger lyfts fram under förarbetet och kan ses som ett försök att ge filmen ett populärt tilltal mot en bredare publik.<sup>43</sup> Von Brömssen var kanske mest känd för att ha spelat en av huvudrollerna i den populära TV-serien *Albert & Herbert*, om en skrothandlare och hans son i den fattiga och slitna arbetarklasstadsdelen Haga under 1970-talet. Genom detta knyter filmen an till en göteborgsk identitet som arbetarstad och i artikeln i tidningen *Arbetet* läggs stor vikt vid von Brömssen som ”urgöteborgare”.<sup>44</sup>

Med tanke på att filmen finansierades av det privata näringslivet och i första hand riktade sig mot målgrupper inom näringslivet kan försöket

att knyta an till en identitet som arbetarstad tyckas märklig. För en internationell publik kan referensen till von Brömssens roll i *Albert & Herbert* knappast ha fungerat. Projektet framstår på flera sätt som otydligt i sina syften och målgrupper, där den banala grundhistorien och betoningen av vardagliga miljöer och lokala identitetsmarkörer inte ligger i linje med projektets kommersiella inriktning.

De tre filmer som producerades inom GRPO pekar sammanfattningsvis åt olika håll. Där *Gothenburg goes offshore* och *Gothenburg – Gateway to Scandinavia* kan ses som en ny form av kommersiellt orienterad stadsfilm, snävt inriktad mot näringslivet, har *A west side story* i stället stora likheter med äldre kommunala stadsfilmer. Detta trots att den, precis som de två tidigare filmerna, framför allt riktade sig mot målgrupper inom ett internationellt näringsliv. På produktions- och distributionssidan går det att se en viktig skillnad mellan de filmer som producerades inom GRPO och tidigare filmer. Där såväl *Sveriges port mot väster/Staden vid Västerhavet* (1946) och *Göteborg – Hjärtpunkt i Norden* (1964) producerades och distribuerades av stora och nationellt verksamma bolag, med starka kopplingar till den svenska välfärdstaten, producerades filmerna inom GRPO av små och lokalt baserade bolag. Att de också producerades för att visas för avgränsade målgrupper och visningskontexter inom ett internationellt näringsliv, gör att de i ännu högre utsträckning än *Göteborg* från 1973 rör sig i ett landskap vid sidan av spelfilmen och filmbranschens nationella institutioner. Om distributionen tidigare varit ett problem för mindre filmbolag som velat producera filmer om Göteborg, gör just de begränsade visningskontexterna, och möjligheten att erbjuda billiga videokopior till medverkande företag, att filmerna inom GRPO kunde produceras av lokala bolag som inte behövde hitta distributionskanaler genom nationella nätverk och organ.

### En enkel informationsfilm:

#### *Göteborg – Porten mot väster* (1982)

Även inom informationsavdelningen diskuterades flera både ganska nischade och mer brett hållna film- och videoprojekt om Göteborg under framför allt första halvan av 1980-talet. Tillsammans med Tjänstemännens bildningsverksamhet finansierade avdelningen till exempel ett video-program om stadsdelen Haga med titeln *Haga – Stadsdel i förvandling* (1986).<sup>45</sup> Filmen kan ses som en del av den förändrade synen på stadsdelen och de tidigare saneringsplanerna som fick allt bredare fäste under 1980-talet. Informationsavdelningen fick också flera förslag till filmer om

Göteborg, både från lokalt och nationellt verksamma bolag.<sup>46</sup> Ett förslag kom till exempel från bolaget Sandell-Film AB, som på uppdrag av Svenska exportrådet tidigare producerat filmen *Advantage Sweden* (1980), som vunnit flera priser vid internationella video- och industrifilmsfestivaler.<sup>47</sup>

Det största och mest brett hållna filmprojekt som avdelningen var med och finansierade under 1980-talet var *Göteborg – Porten mot väster* från 1982. Filmen producerades utifrån ett anbud från producenten Dag Bengtsson inom bolaget Svensk Tonfilm.<sup>48</sup> Manuset hade Bengtsson skrivit tillsammans med Göteborgs skolkontor och Västkustens turistråd, och enligt Bengtsson fanns det ett stort behov av en ”ny aktuell informationsfilm” om Göteborg, eftersom någon sådan för tillfället inte fanns att tillgå.<sup>49</sup> Målet med filmen beskrev Bengtsson som att producera ”en enkel informationsfilm för en så bred publik som möjligt” vilket är det mest konkreta syfte (*Anlass*) som har gått att spåra i det bevarade materialet.<sup>50</sup> Dess målgrupper (*Adressaten*) verkar i första hand ha varit skolor och grupper som ville ha turistinformation om Göteborg.

Filmen finansierades genom bidrag från ett tjugotal sponsorer, vilka inkluderade såväl privata företag, kommunala bolag, Statens institut för läromedelsinformation och den stora lokala dagstidningen *Göteborgs-Posten*.<sup>51</sup> En exakt siffra för filmens totala budget anges inte i Bengtssons presentation, men utöver bidragen från nämnda sponsorer saknades 10 000 kronor som han hoppades att informationsavdelningen skulle kunna bidra med. Det bevarade materialet om förarbetet kring filmen är begränsat och det har inte gått att hitta något uttryckligt syfte från informationsavdelningens sida till att medverka i projektet. Överlag verkar avdelningen ha haft en tillbakadragen roll och bidrog bara till vad som får förmodas vara en mindre del av filmens budget. Trots detta lyfts Göteborgs stad fram som avsändare i slutet av filmen. Kommunen, och mer specifikt informationsavdelningen, kan därmed ses som filmens beställare (*Auftraggeber*), även om den till stor del finansierades av externa aktörer.

Distributionen av filmen skulle skötas av bolagen Starfilm, som även hade hand om distributionen av informationsavdelningens första film, *Göteborg* från 1973, och Interfilm.<sup>52</sup> Enligt Bengtsson garanterade detta ett stort antal åskådare och siffran ”ca 900 000” anges, vilket bör ses som ett väldigt högt antagande.<sup>53</sup> Om man även lyckades få ”promotion-företag och videodistributörer” intresserade skulle siffran kunna bli ännu högre. Detta hade enligt Bengtsson skett för liknande filmer som bolaget tidigare producerat, bland annat filmen *Stockholm – Nordens Venedig* (1981).

*Göteborg – Porten mot väster* finns listad i bolaget Interfilms katalog från 1982 och i Starfilms kataloger för åren 1984–1989. I det senare bolagets

kataloger anges att filmen producerats av Göteborgs stadskansli.<sup>54</sup> Precis som för informationsavdelningens tidigare film, *Göteborg* från 1973, finns också ett antal rapportkort från bolaget Starfilm bevarade i informationsavdelningens arkiv.<sup>55</sup> Likt den tidigare filmen lånades även *Göteborg – Porten mot väster* ut via svenska ambassaden i Helsingfors och den producerades även i en version på engelska med titeln *Gothenburg – Gateway to the west*, som bland annat fanns tillgänglig för utlåning via GRPO.<sup>56</sup> Filmen finns också listad i ett flertal AV-centralers kataloger en bra bit in på 1990-talet.<sup>57</sup> I den följande analysen är utgångspunkten den svenska versionen av filmen, som finns tillgänglig i SMDB, men jämförelser kommer också att göras med den engelska versionen, som finns bevarad på Regionarkivet i Göteborg och som jag fått digitaliserad inom ramen för projektet.

### ***Göteborg – Porten mot väster***

Med handhållen rörlig kamera och direktupptaget ljud inleds den 18 minuter långa filmen med några spelsekvenser från en match med fotbollslaget IFK Göteborg på idrottsarenan Nya Ullevi. Från tagningarna av spelet på planen klipps det till en närbild av en yngre kille i publikhavet i blå och vit utstyrsel. Hemmalaget gör mål och till en tagning i grodperspektiv av den jublande, flaggviftande publiken förkunnar en speakerröst med tydlig stockholmsk dialekt att: ”Fotboll är ett engelskt spel som länge bara spelades på de brittiska öarna. Så småningom kom det dock till Sverige och framför allt till Göteborg.” Efter scenen från Ullevi följer en flygbild över stadens hamninlopp med Älvsborgsbron i förgrunden in mot stadens centrala delar och älvens södra strand. På ljudspåret hörs enkel instrumentell musik. Med vit text presenteras filmens titel och sedan ”En film av Dag Bengtsson”, utan närmare precisering av hans roll i projektet. Flygbilden tonas över till ytterligare en tagning över den centrala staden och den södra älvstranden, gjord på avstånd i fågelperspektiv och med en kort inzoomning. Tagningen verkar dock inte vara gjord från ett flygplan, utan förmodligen uppifrån Älvsborgsbron. Musiken tonas sakta ut och speakerrösten fortsätter: ”Göteborg är Sveriges främsta sjöfartsstad med Nordens största hamn. Göteborg är också Sveriges näst största stad och ligger vackert belägen på Västkusten där Göta älv rinner ut i Västerhavet.” Samtidigt presenteras stadens geografiska lokalisering med hjälp av en enkel målrad karta över Skandinavien, med Sveriges stora vattendrag markerade. Genom en bild ur grodperspektiv på statyn av Gustav II Adolf berättas om stadens grundande 1621 och sedan ges en introduktion till

stadens äldre historia ända tillbaka till stenåldern, till det holländska inflytandet vid stadens grundande, i form av den centrala stadens kanaler, och till fästningsverk som vallgravarna och skansarna Kronan och Lejonet. Till flygbilder ges en presentation av den centrala staden, från området innanför vallgraven till Götaplatsen och dess kulturinstitutioner. Byggnader och utbudet längs med Kungsportsavenyn presenteras och därefter Östra Nordstan, ”Sveriges största inomhuscentrum”. Sedan visas börshuset och ett möte från kommunfullmäktige vid Gustaf Adolfs torg, Ostindiska huset och handelshuset Elof Hansson. Det sistnämnda lyfts fram som en modern motsvarighet till Ostindiska kompaniet.

Chalmers tekniska högskola och Sahlgrenska sjukhuset ges som exempel på institutioner som startats av personer som blev förmögna på handeln genom Ostindiska kompaniet. Stadsdelen Haga presenteras genom några översiktliga tagningar och speakerrösten förklarar att ”när folkmängden började öka, började man bygga förorter”. Sedan presenteras några olika bostadsområden, äldre centralt belägna bostadshus, villaområden och nybyggda kvarter i den centrala staden. De så kallade landshövdingehusen lyfts fram som något kännetecknande för Göteborg och det förklaras att ”Kungsladugård i Majorna har renoverats och preparerats för att bevaras inför framtiden”. Till tagningar på stora flerfamiljshus presenteras nya stadsdelar i stadens utkant och det förkunnas att ”Det här är ett tidigare problemområde, men förändring pågår.” Stadens hamn och varvsverksamheter i form av fartygsreparation längs med den centrala stadens älvstränder presenteras och sedan den nya containerhamnen Skandiahammen och BP:s oljeraffinaderi längre ut mot havet. Färjetrafiken till och från Göteborg lyfts fram och till flygbilder på oljeplattformar introduceras offshoreindustrin och det förklaras att på ”varvet Götaverken Arendal bygger man inte längre så många båtar. Här har man i stället börjat bygga oljeplattformar”. Sedan presenteras stadens bredare industriverksamhet i form av Volvo, SKF, ESAB och Hasselblad, med sekvenser från de olika företagens produktionsprocesser. Stadens kommunikationsleder i form av Götaälvbron, Älvsborgsbron och Tingstadstunneln lyfts fram. Till enkel gitarrmusik förklaras att spårvagn är ett bra sätt att uppleva Göteborg på och att bolaget Göteborgs spårvägar även har bussar och båtar och att man kan åka från Angered i den nordöstra staden och ända ut till Vrånge i skärgården på samma biljett.

Till en ny karta över södra Skandinavien understryks stadens läge som centrum i regionen, med goda väg- och järnvägsförbindelser till Köpenhamn, Oslo och olika delar av Sverige. Flygplatsen Landvetter introduceras som ankomstplats för den internationella trafiken och det förklaras att



man med flygbussar enkelt tar sig in till stadens centrum. Trädgårdsföreningen, Botaniska trädgården och Slottsskogen lyfts fram som exempel på grönområden i den centrala staden och därefter Delsjöområdet, med fiske- och badmöjligheter, strax utanför staden. Arenan Nya Ullevi presenteras som en plats inte bara för fotboll, utan också andra stora evenemang som till exempel folkdanstävlingar. Sedan lyfts Scandinavium, ”Sveriges största inomhusarena”, i närheten av Ullevi fram och därefter konserter och åkattraktioner på Liseberg, som beskrivs som Sveriges mest besökta turistattraktion. Två unga kvinnor i halvbild håller upp ett exemplar av *Göteborgs-Posten* framför sig, tittar in i kameran och förkunnar att ”det är la’ okej att läsa GP”. Till en tagning från dess redaktion omnämns sedan *Göteborgs-Posten* som landets näst största morgontidning.

Göteborg som fiskestad introduceras genom en scen från fiskauktionen och saluhallen Feskekörka. På kanten till kanalen utanför Feskekörka sitter en äldre man med blåvit keps med stadens emblem på huvudet och fiskar. Han tar av sig kepsen och tittar in i kameran och förkunnar på bred göteborgska: ”Vad jag tycker om Göteborg? Det finns la’ inget som går upp mot Göteborg”. Musiken från filmens inledning tonas in och till en *splitscreen* med bilder från olika delar av staden rundar speakerrösten av filmen: ”Göteborg är en sjöfartsstad med många industrier, som spelar en stor roll för Sveriges näringsliv. Göteborg är också en stor turiststad, med mycket att uppleva och titta på.” I en av bilderna syns stadens emblem mot svart bakgrund och denna bild utgör sedan filmens sista tagning ovan på vilken filmens kortfattade produktionsuppgifter presenteras med vit text.

### En enkel informationsfilm

*Göteborg – Porten mot väster* kan på många sätt karaktäriseras just som en ”enkel informationsfilm”, vilket den beskrevs som i Bengtssons brev till informationsavdelningen. Filmens stil är genomgående enkel och inte särskilt genomarbetad. I motsats till anslaget, som är filmat med rörlig och handhållen kamera, där scenen byggs upp genom ett montage av flera tagningar och en kombination av när- och översiktsbilder, består de olika scenerna i resten av filmen av få och ganska statiska tagningar, ofta bara en eller två översiktsbilder som ibland zoomas in eller ut. Redigeringen är bitvis slarvigt gjord i förhållande till ljudspårets miljöljud och speakerröst. Inte minst i den engelska versionen av filmen är speakerrösten dåligt synkroniserad med filmens bildmaterial och redigering. Filmen innehåller två scener där personer tittar in i kameran och intygar stadens



En man vid kanalen utanför Feskekörka intygar sin kärlek till Göteborg, stillbild ur *Göteborg – Porten mot väster* (1982).

respektive dess största morgontidnings förträfflighet. I den ena scenen översätts detta inte i den engelska versionen, men i den andra, där den medelålders mannen förklarar sin kärlek till Göteborg, sker en dubbning till engelska. Som Thomson påpekat undveks synkroniserad dialog i många beställningsfilmer under decennierna efter andra världskriget om de var tänkta för internationell distribution, just för att slippa dubbning. Detta gäller även för de i avhandlingen tidigare diskuterade filmer som var ämnade för internationell distribution. Att denna aspekt inte har tagits i åtanke i *Göteborg – Porten mot väster* bidrar ytterligare till det enkla och slarviga intrycket av i synnerhet den engelska versionen av filmen. Några gånger används tekniker som *splitscreens* och *wipes*, gradvisa övergångar, mellan olika scener, som kan tänkas ha varit ett försök att ge filmen ett modernt intryck, men som inte heller används på ett särskilt genomarbetat sätt.

Efter filmens inledningsvis okommenterade anslag från Nya Ullevi intar speakerrösten en central position i filmen och dess roll är tydligt framträdande redan i Bengtssons första synopsis, som i princip bara utgörs av ett utkast till speakerröstens text. Lite information gavs om hur den skulle filmas, förutom när det några gånger hänvisar till en byggnad som

skulle synas i bild. Men även om speakerrösten intar en överordnad roll i filmen är relationen mellan speakerröst och bild inte särskilt utvecklad. Lite arbete verkar ha lagts ner på hur speakerröstens text skulle relateras till det filmade materialet. I vissa tagningar och scener syns händelser eller personer som inte kommenteras av speakerrösten och inte heller korresponderar mot dess framställning. Det finns också något summariskt över filmen, där scener som presenterar olika delar av staden följer på varandra utan genomarbetade övergångar. Flera gånger nämns byggnader, verksamheter eller institutioner i staden vid namn utan att alls presenteras närmare. Även speakerröstens argumentation är nedtonad och outvecklad. När stora eller framgångsrika företag eller verksamheter lyfts fram beskrivs de oftast som Sveriges eller Skandinaviens, snarare än Europas eller världens största eller mest betydande. Genomgående använder speakerrösten också både färre superlativ och färre adjektiv än i till exempel *Göteborg – Hjärtpunkt i Norden*.

På flera sätt kännetecknas filmens stil och argumentation av vad som skulle kunna kallas en dissonans. Med Nichols terminologi skulle det kunna beskrivas som att filmen karaktäriseras av en otydligt definierad röst, eller av flera sinsemellan motstridiga röster. Den fritt hållna stilen och sättet som anslaget byggs upp på skiljer sig mycket från den enkla och ganska statiska stilen i resten av filmen. Påståendet om Göteborg som den främsta fotbollsstaden i Sverige, vilket får antas knyta an till IFK Göteborgs internationella framgångar under början av 1980-talet, även om det inte nämns explicit, står också ut i relation till speakerröstens ganska återhållsamma beskrivning av staden i resten av filmen. Här finns också en dissonans mellan filmens lokalpatriotiska drag och speakerröstens stockholmska dialekt, samt mellan dess intonation som kan karaktäriseras som positiv och de nedtonade beskrivningarna av stadens verksamheter och utveckling.

Ett återkommande drag i filmen är att platser och byggnader lyfts fram vid namn av speakerrösten då de presenteras i bild. Flera gånger specificeras också den rumsliga relationen mellan tagningar och olika byggnader och institutioner. Efter en presentation av shoppingcentret Nordstan, som speakerrösten har lokaliserat till området norr om Stora Hamnkanalen, förklaras att: ”Här intill ligger det gamla Göteborgs centrum, Gustaf Adolfs torg. Vid Gustaf Adolfs torg ligger också börshuset där stadens styresmän sammanträder.” Torget och börshuset visas i bild och efter en kort scen från ett möte i kommunfullmäktige förklaras att ”Alldeles intill ligger Ostindiska huset” och ett klipp sker till en tagning med denna byggnad filmad rakt framifrån. Det här sättet att konstruera stadens

rumslighet har något ålderstiget över sig och mer gemensamt med *Staden vid Göta älv* från 1938, den första filmen som analyserades i avhandlingen, än med någon av de senare filmerna.

Detta sätt att konstruera stadens rumslighet på var emellertid ett mer genomgående drag i *Staden vid Göta älv* än det är i *Göteborg – Porten mot väster*. I den tidigare filmen betonades återkommande gånger vad man kunde se från den plats i staden som kameran var placerad på, vilket inte alls förekommer i *Göteborg – Porten mot väster*. I den senare filmen fungerade bilderna som en illustration till speakerröstens framställning, snarare än att den förklarade det som gick att se i den specifika tagningen. Kopplingen mellan speakerrösten och det sätt på vilket stadens rumslighet konstrueras på ska förstås i relation till filmernas argumentation. Kärnan i det Nichols kallar ett expositoriskt modus är att bildmaterialet ordnas för att i första hand understödja speakerröstens argumentation och kontinuitet snarare än att skapa en tidsrumslig kontinuitet. Precis som i *Göteborg – Porten mot väster* hade *Staden vid Göta älv* en relativt nedtonad argumentation kring Göteborgs utveckling. I båda projekten hade kommunen en tillbakadragen roll i förarbetet där initiativet till respektive filmprojekt kom från externa aktörer. 1930-talet var en ekonomiskt osäker tid, även om Göteborg hade klarat sig bättre än många andra jämförbara städer, och när *Staden vid Göta älv* producerades 1938 hade välfärdsstaten ännu inte fått sitt verkliga genomslag. I början av 1980-talet hade konsekvenserna av den ekonomiska krisen slagit igenom på bred front, men ännu fanns ingen given väg ut ur krisen.

### I skuggan av krisen och välfärdsstatens stadsbyggnad

Filmens stilmässigt enkla uttryck, speakerröstens nedtonade argumentation och att den kan upplevas som ogenomarbetad ska förstås både i relation till vad som får förmodas ha varit en relativt begränsad budget och stadens ekonomiska situation under början av 1980-talet. Filmens syfte (*Anlass*) framstår som oartikulerat och dess beställare (*Auftraggeber*), informationsavdelningen, hade en tillbakadragen roll i projektet, vilket speglar sig i den färdiga filmen. Här syns en påtaglig skillnad mot till exempel *Göteborg – Hjärtpunkt i Norden* från 1964 som hade en betydligt större budget, ett tydligt uttalat syfte och där kommunen som beställare intog en mer aktiv roll under förarbetet. Filmerna var också mer välproducerade och hade en tydlig argumentation kring staden och dess utveckling. *Göteborg – Porten mot väster* skiljer sig också mot informationsavdelningens tidigare film *Göteborg* från 1973, som också var välproducerad och där det

fanns en större samstämmighet mellan bruket av direktupptaget ljud, en ofta handhållen kamera och filmens ungdomliga tematik. De två äldre filmerna kännetecknades i hög grad också av vad som kan beskrivas som ett gott självförtroende, medan det framstår som modest i *Göteborg – Porten mot väster*.

I relation till den framåtblickande anda som präglade *Göteborg – Hjärtpunkt i Norden* finns det något av ett efteråt i *Göteborg – Porten mot väster*. Krisen för stadens hamn- och varvsnäringsar nämns aldrig uttryckligen, men antyds indirekt. Speakerrösten förklarar till exempel att: ”Cityvarvet är idag ett varv för fartygsreparation” och att Götaverken Arendal till stor del har övergått till att producera oljeplattformar. Inte heller det faktum att de bärande idéerna för folkhemmets stora stadsutvecklingsprojekt hade kommit till vägs ände under slutet av 1970- och början av 1980-talet uttrycks explicit i filmen, men finns närvarande som något av en outtalad premis. Så till exempel när en av de stadsdelar som byggdes under slutet av 1960- och början av 1970-talet lyfts fram som ett tidigare problemområde, samtidigt som det betonas att ett förändringsarbete pågår. Här antyds något av de svårigheter som omgärdat dessa stadsdelar, samtidigt som kommunen framträder som en aktör som tar ansvar för deras fortsatta utveckling, även om ingen mer uttömmande beskrivning av detta arbete görs.

Denna ambivalens kring stadens ekonomiska läge och fortsatta utveckling kan jämföras med filmen *Stockholm – Nordens Venedig* från 1981, som även den producerades av Bengtsson.<sup>58</sup> Filmerna har stora likheter och det får förmodas att även Stockholms-filmen producerades på beställning av kommunala organ, med bidrag från näringslivet. Tonen i filmen är genomgående positiv med fokus på stadens utbud av konsumtion och turistiska sevärdheter, men mot slutet av filmen lyfts även den moderna storstadens baksidor fram och det påtalas att livet i en storstad har både för- och nackdelar. Till en tagning där en man ligger och sover på kanten till en rulltrappa omgiven av betong förkunnas att ”man har byggt bostäder utan att riktigt ha tänkt igenom hur det skulle vara att bo där”. Men till en tagning där barn leker på en innergård betonas att man numera har bättre kunskap om hur nya områden ska planeras. Tunnelbanan lyfts också fram som ett problem, genom att den kommit att bli en samlingsplats för unga människor, med stök och förstörelse som följd. Sen blir tonen positiv igen och filmen rundas av med att återigen understryka den rekreation och de aktiviteter som en storstad av Stockholms snitt har att erbjuda. Även om storstadens problem framträder mer tydligt i Bengtssons film om Stockholm än i *Göteborg – Porten mot väster*, präglas båda filmerna av

en osäkerhet kring stadens roll och utveckling och också av en ambivalens kring storstaden som sådan, som kan ses som signifikant för åren efter krisen vid mitten av 1970-talet.

Samtidigt går det i *Göteborg – Porten mot väster* att se frön till en förändrad syn på staden. Så nämns till exempel den omstridda arbetarklasstadsdelen Haga vid namn för första gången i de filmer som analyserats i avhandlingen och framträder nu för första gången som en del av stadens officiella geografi. Enligt Martins Holmberg växte det under 1980-talet fram en diskurs kring ”det gamla fina Haga”, där ett selektivt urval av den äldre bebyggelsen i stadsdelen lyftes fram som typiska för stadsdelen och för ett äldre Göteborg.<sup>59</sup> Processen var enligt Martins Holmberg nödvändig både för bevarandet av delar av stadsdelen och för den gentrifieringsprocess den sedan genomgick, där Haga etablerades som en pittoresk stadsdel för turism, småskalig konsumtion och invånare ur en mer välbeställd medelklass. Även om stadsdelen nämns vid namn i filmen är beskrivningen av den väldigt summarisk och den ges ingen status som en särskilt göteborgsk stadsdel. Inte heller lyfts de processer stadsdelen hade genomgått, de storskaliga saneringsplanerna och de rörelser som protesterat mot saneringen fram. De tre tagningarna från Haga är filmade på ett sådant sätt att de ger en vag uppfattning om stadsdelens rumslighet och det skick många byggnader befann sig i under början av 1980-talet. Här syns ett välbevarat stenhus och en innergård med rosenbuskar, vilket skulle kunna ses som ett försök att tillskriva stadsdelen en viss pittoresk status, men några rivningstomter och mer slitna hus syns inte till.

Även landshövdingehusen, som var vanligt förekommande i de stadsdelar som sanerades under 1960- och 1970-talen, lyfts fram som något typiskt göteborgskt. Återigen nämns inte att flera stadsdelar med landshövdingehus sanerats, men det antyds indirekt när kommunens arbete med att reparera och ta ansvar för beståndet av dessa hus i Kungsladugård i Majorna kommenteras. Att landshövdingehusen presenteras och att stadsdelar som Haga och Kungsladugård lyfts fram vid namn pekar just på att filmen producerades under en period då det började ske en omkodning och diskursiv förskjutning när det gäller stadsdelar som tidigare inte sågs som värda att visa upp i en film av det här slaget. Kritiken mot saneringen av äldre, centralt belägen, bebyggelse hade fått bredare fäste och omvärderingen av tidigare rivningshotade stadsdelar kan ses som del av en ny syn på stadens officiella geografi.

Om stadens framtida utveckling, framsteget, var ett framträdande drag i flera av de tidigare filmerna, i synnerhet *Göteborg – Hjärtpunkt i Norden* från 1964, lyser den som framgång i hög grad med sin frånvaro i *Göteborg*



– *Porten mot väster*. I stället finns en betoning av vardagliga miljöer och lokala identitetsmarkörer, som kan ses som ett försök att framhäva en lokal gemenskap: det blåvita fotbollslaget, spårvagnarna, landshövdingehuset i Kungsladugård och i slutet av filmen en närmast arketyrisk äldre manlig göteborgare, mannen på gatan, som ger tummen upp åt sin stad. Här syns stora likheter med GRPO:s film *A west side story*, färdigställd tre år senare, som även den präglades av en betoning av vardagliga miljöer och av ett lokalpatriotiskt drag, där Tomas von Brömssen spelade något av en typisk göteborgare. Användandet av von Brömssen och, i *Göteborg – Porten mot väster*, av en typiskt göteborgsk ”go’ gubbe”, ger filmerna även ett folkligt drag. Detta kan tolkas som att i tider av kris vänds blicken inåt, mot det lokala snarare än mot omvärlden. Här syns även likheter med GRPO:s första film, *Gothenburg goes offshore*. Även om den filmen lade en stor tyngdpunkt på framsteget och utvecklingen av stadens offshore-industrier, betonades också stadens invånare och deras särskilda lämplighet för de tuffa arbetsmiljöerna ute till havs, vilket kan ses som ett sätt att knyta an till en kliché om en manlig göteborgsk hamn- eller varvsarbeters vana vid tuffa arbetsförhållanden.

Här framträder en skarp kontrast mot informationsavdelningens första film, *Göteborg* från 1973. Om den tidigare filmen präglades av en adressering mot utländska turister och affärsresenärer, är *Göteborg – Porten mot väster* i stället i första hand adresserad mot en inhemsk och mindre världsvan publik. Om Göteborg placerades in på en världskarta i inledningen av den tidigare filmen placeras staden i *Göteborg – Porten mot väster* in på kartor över Skandinavien. Och där internationellt gångbara symboler för det svenska betonades i den tidigare filmen, är symbolerna i den senare i högre grad lokala. Om det precis före krisen fanns en tydlig betoning på Göteborg som en internationell stad, är blicken knappt tio år senare i stället vänd mot det lokala. Den starka betoningen av lokala symboler kan också förstås i relation till förskjutningar inom välfärdsstaten under 1970-talet, där kommunernas tidigare starka relation till staten försvagades.

### Informationsfilm, sponsorer och dispositiv

Redan utifrån Bengtssons första presentation av projektet kring *Göteborg – Porten mot väster* och i dess synopsis går det att konstatera att den ligger nära idealen om den typ av informativt orienterad film som diskuterades i föregående kapitel. Det stilistiska uttrycket är enkelt och speakerrösten intar en överordnad, men inte särskilt genomarbetad, roll i förhållande till bildmaterialet, vilket stundtals ger filmen drag av ett talat föredrag

med bilder till. Filmen visades också främst i skolor och andra icke-kommersiella sammanhang. I korrespondensen från filmbiblioteket vid svenska ambassaden i Helsingfors omnämns filmens informativa kvaliteter i positiva ordalag: ”Den är inte speciellt märklig, men gör ett rättfram intryck och har en speaker som berättar vad som visas. Detta uppskattas av ambassadens kunder, som till övervägande del intresserar sig för geografisk information.”<sup>60</sup> Liknande uppskattande kommentarer återfinns också i ett antal rapportkort från bolaget Starfilm.<sup>61</sup>

Samtidigt har filmen även en mer kommersiellt orienterad sida och dess förarbete och finansiering kännetecknades, precis som när det gäller *Göteborg*, av vad som framstår som ett okontroversiellt samarbete mellan privata och offentliga aktörer. Manuset skrevs i samarbete mellan Göteborgs skolkontor och Väst kustens turistråd och filmen finansierades av såväl privata företag, kommunala bolag som av stadens största dagstidning. I motsats till de mer kommersiellt orienterade produktionerna inom GRPO framträder inte *Göteborg – Porten mot väster* lika explicit som en beställningsfilm. Göteborgs stadsvapen syns i slutet av filmen, men filmens finansiärer, vid sidan av kommunen, lyfts inte fram, vilket de till exempel gjorde i slutet av *Gothenburg – Gateway to Scandinavia*. Det är dock tydligt att de företag och intressenter som var med och finansierade filmen är synliga på ett liknande sätt som i *Göteborg* från 1973. Termen *Identifying shot* används inte i filmens manus, men det är uppenbart att tagningar och inzoomningar används på ett likartat sätt för att visa upp filmens finansiärer i bild, särskilt gällande de företag som inte uttryckligen nämns av speakerrösten. Det gäller till exempel företag som B.P. och SKF, shoppingcentret Nordstan och de kommunala bolag som var med och finansierade filmen. I diskussionen om renoveringen av landshövdingehuset i stadsdelen Kungsladugård är en skylt för det kommunala bostadsbolaget Familjebostäder tydligt synlig i bild.

De olika sätt som filmernas sponsorer framträder på ska förstås i relation till de sammanhang de visades i, de dispositiva som skapas i samspel mellan film, visningskontext och åskådarna i dessa sammanhang. Till skillnad från de filmer som producerades inom GRPO, som var tydligt avgränsade mot målgrupper och visningskontexter inom näringslivet, kännetecknades *Göteborg – Porten mot väster* av en mer öppen karaktär. Genom att filmen inte på ett uttryckligt sätt framträder som beställningsfilm framstod den som mer neutral och kunde därför visas i skolor och andra icke-kommersiella sammanhang. Sponsorerens direkta respektive indirekta synlighet pekar på en viktig skillnad mellan den typ av mer kommersiellt inriktade stadfilmer som producerades inom GRPO, som



Identifying shot av entrén till Nordstan, stillbild ur *Göteborg – Porten mot väster* (1982).



Identifying shot av det kommunala bostadsbolaget Familjebostäder, stillbild ur *Göteborg – Porten mot väster* (1982).

snarast bör förstås som en form av industrifilm, och den äldre typen av stads-, upplysnings- och propagandafilm, som *Göteborg – Porten mot väster* knyter an till. Precis som för den första filmen informationsavdelningen var inblandad i, *Göteborg* från 1973, framträder gränserna mellan information och marknadsföring som porösa. Att en och samma film kunde produceras både med syfte att göra reklam för staden och för visning i skolor var även vanligt under tidigare decennier. Så distribuerades *Göteborg – Hjärtpunkt i Norden* från 1964, som analyserades i kapitel 5, till föreningar och skolor, bland annat via de regionala AV-centralerna, trots att dess ursprungliga och huvudsakliga syfte var att göra reklam för Göteborg som industristad internationellt. Även när det gäller SF:s skolfilmsavdelning under decennierna närmast efter andra världskriget var det vanligt att filmer som producerats på beställning av näringslivet kom att distribueras för visning i skolor och föreningar.<sup>62</sup> Det som var nytt med informationsavdelningens två filmer var hur deras sponsorer framträdde på ett mer tydligt sätt och gavs synlighet genom tydliga bilder på företags- och produktamn. Dessa oklara gränser mellan information och reklam/marknadsföring syns även i det filmförslag som bolaget Sandell-Film skickade till informationsavdelningen i början av 1980-talet.<sup>63</sup> Här beskrivs hur bolaget ville vara med och ”sälja Göteborg” och hur det hade ”dokumenterade framgångar i internationellt marknadsföringspråk”. Samtidigt lyfts det fram hur bolaget genom täta band med organisationen Samhälle och skola hade viktiga kanaler för distribution av film till skolor i Sverige.

### Mot slutet av ett decennium och en epok

Ingen stad är fullkomlig. Ingen stad kan idag berömma sig av att ha nått ett maximalt stadium. Inte heller vi tänker påstå, att vår stad är själva paradiset på jorden. Något Shangri-La kan vi inte lova Dig, inte ett Atlantis heller. Men vi kan lova Dig, att du kommer till en bra stad, en stad som fungerar i enlighet med vår tids hela utveckling, såväl på det tekniska som sociala området.<sup>64</sup>

Citatet kommer från förordet till boken *Kom till Göteborg* som gavs ut 1987 av Göteborgsregionens kommunalförbund. I den rikt illustrerade boken, som även gavs ut på engelska, presenteras Göteborgs historia, näringsliv och ett antal av stadens sevärdheter och stadsdelar på drygt 140 sidor. Som citatet visar präglas boken av en ambivalent inställning till projektet att marknadsföra Göteborg och presentera stadens fördelar. Göteborg beskrivs helt enkelt som ”en bra stad” och det betonas att ingen stad kan utlova ett paradiset på jorden. Den modesta hållningen kan tolkas som en

misstro mot att skapa en alltför tillrättalagd och falsk bild av staden, mot en alltför hårt driven marknadsföring. Här finns en spänning mellan ett upplevt behov av att producera material för att locka människor till Göteborg och en medvetenhet om den uppenbara risken att producera ett material som ger en alltför uppblåst bild av staden. Denna ambivalens går också att se spår av i förarbetet kring de filmer som har diskuterats i det här kapitlet. I ett tidigt PM om ett filmprojekt inom GRPO fanns en uppgivenhet kring stadens möjlighet att synas i den internationella konkurrensen och det betonades att en film om staden inte skulle vara ”förljuget glättad”, trots att de filmer som producerades inom GRPO var tydligt kommersiellt inriktade och producerades i tätt samarbete med det privata näringslivet.

Utöver de fyra filmer som hittills diskuterats i det här kapitlet producerades 1989 den 25 minuter långa videofilmen *Visitor's video: Göteborg*. Själva filmen finns bevarad i KB:s audiovisuella samlingar, men hur den producerades och distribuerades har inte gått att spåra.<sup>65</sup> Det kan dock antas att Göteborgs turistråd och/eller Westway Sweden AB på något sätt var inblandade i produktionen, eller distributionen, av filmen. Den omnämns i de två organisationernas gemensamma årsberättelse för 1990. Här berättas att turistrådets informationsavdelning vid ett flertal tillfällen lånat ut en specialversion av filmen i samband med föredrag och besök.<sup>66</sup> Det här är dock enda gången filmen omnämns i det bevarade materialet från organisationerna, vilket kan tolkas som att det inte rörde sig om någon större satsning från deras sida. Att filmen har titeln *Visitor's video: Gothenburg* tyder också på att den skulle kunna vara del av en serie av externt producerade besöks guider på video. Filmen har likheter med *Göteborg – Porten mot väster*, men är mer tydligt turistiskt inriktad. Väldigt lite sägs om stadens hamn och industrier eller om institutioner och bostadsområden utan direkt turistiskt värde. Stor vikt läggs däremot vid stadens historia och vid att presentera specifika byggnader i staden. Stadsdelen Haga lyfts fram och nu på ett mer utförligt sätt än i *Göteborg – Porten mot väster*: Med sin relativt omfattande längd och sitt informativa anslag har filmen på flera sätt större likheter med tidigare filmer än med den typ av marknadsföring som skulle växa fram under 1990-talet. Samtidigt är det tydligt att den är mer turistiskt inriktad än tidigare filmer och att liten vikt läggs vid att även visa upp andra delar av staden.

En central fråga i det här kapitlet har varit hur de studerade filmerna kan förstås i relation till den ekonomiska krisen och det gradvisa brottet med efterkrigstidens välfärdsstatliga epok. Som jag diskuterade i inledningen av kapitlet var 1980-talet en period präglad av osäkerhet kring

stadens framtid. Under början av 1980-talet genomfördes flera ambitiösa filmprojekt och förutom *Visitor's video* producerades inga mer övergripande filmer under andra halvan av decenniet. Denna tidsmässiga tyngdpunkt på decenniets första halva skulle kunna hänga samman med att dessa filmer på flera sätt snarare knyter an till den äldre fordristiska perioden än pekar ut en ny riktning framåt. Dessutom karaktäriserades andra halvan av 1980-talet av ett ekonomiskt uppsving. I Göteborg spelade inte minst bilindustrin en viktig roll i denna uppgång, som dock slutade med den ekonomiska krisen i början av 1990-talet.<sup>67</sup> Denna högkonjunktur kan ha bidragit till ett minskat behov av utåtriktad marknadsföring och kommunala stadsfilmer under andra halvan av decenniet.

Utifrån analyserna i det här kapitlet framstår 1980-talet som en formativ period, som pekar både bakåt och framåt. Etablerandet av GRPO kan ses som en del av ett ökat kommunalt intresse för att marknadsföra och ”sälja staden” och när bolaget Göteborg & Co, som var en central aktör i marknadsföring av Göteborg som turist- och evenemangsstad under 1990- och början av 2000-talet, bildades 1991 skedde det just genom en sammanslagning av GRPO, Westway Sweden AB och Göteborgs turistråd. Det första steget mot bildandet av Göteborg & Co och en än mer samordnad marknadsföring av Göteborg togs 1988 när socialdemokraten Göran Johansson och moderaten Tom Heyman skrev en gemensam motion till kommunfullmäktige om behovet av att skapa ett nytt gemensamt bolag för att utveckla och koordinera marknadsföringen av Göteborg som evenemangsstad.<sup>68</sup> Samarbete över parti- och blockgränserna för utvecklandet av den här typen av bolag kan bör betonas och brukar lyftas fram som en viktig del av den framväxande entreprenöriellt inriktade politiken. I motionen finns också en rumslig aspekt att ta fasta på. Johansson och Heyman pekar särskilt på vad de ser som en unik tillgång när det gäller Göteborgs anläggningar för olika evenemang: att de ligger samlade inom ett ganska litet geografiskt område nära stadens centrum.<sup>69</sup> Som kommer att diskuteras i nästa kapitel utgör denna rumsliga aspekt av Göteborg som evenemangsstad en framträdande del av marknadsföringen under 1990- och början av 2000-talet.

Precis som i många andra hamn- och industristäder som drabbades hårt av 1970-talets ekonomiska omstruktureringar innebar nedläggningen av de stora centralt belägna varven, och den gradvisa flytten av stadens hamnverksamheter från den inre till den yttre hamnen, att Göteborg stod med stora underutnyttjade markarealer i den centrala staden, inte minst längs med älvens norra strand. Mot slutet av 1980- och början av 1990-talet inleddes diskussioner om hur dessa områden skulle utvecklas. Just i



skarven mellan de två decennierna producerades den 30 minuter långa dokumentärfilmen *Den inre hamnen* (1990). I filmen möter åskådaren ett antal av de personer som under lång tid arbetat i Göteborgs inre hamn som vid skiftet mellan 1980- och 1990-talen stod allt mer oanvänd och inför en oviss framtid.

Mot slutet av filmen står Göteborgs dåvarande stadsarkitekt Gunnar Jansson och blickar ut över de gamla hamnområdena på den norra älvstranden från utsiktspunkten uppe på Ramberget. Han förklarar hur man från kommunens sida såg framför sig att områdena längs med Hisingens södra älvstrand, mellan Götaälvsbron och Älvsborgsbron, skulle utvecklas under de kommande decennierna, med nya områden för kontor och bostäder. Här finns flera aspekter att ta fasta på. Från sin upphöjda position blickar stadsarkitekten ut över staden. Nedanför honom breder staden ut sig som ett panorama; den upphöjda positionen ger en överblick, men skapar också en distans från ett faktiskt stadsrum. Scenen kan liknas vid den i många äldre stadsfilmer återkommande topiken ”Vyn över staden”. Platsen från vilken Jansson blickar ut över staden är också densamma som kameran var placerad på i den inledande panoreringen över Göteborg i *Staden vid Göta älv* från 1938, den första film som analyserades i avhandlingen. Här syns två utblickar över staden från ungefär samma plats med femtio års mellanrum, den ena utblicken då efterkrigstidens stora blomstringsperiod för stadens hamn- och varvsindustrier fortfarande låg några år framåt i tiden och den andra när verksamheterna i den inre hamnen tillhörde en passerad epok. Vid ingången till 1990-talet hade de första stegen både till utvecklandet av Göteborg som en turist- och evenemangstad och till den fysiska omvandlingen av stadens hamn- och varvsområden längs med älven tagits.

## DEL III

## 8. Vitsen med Göteborg

## Stadsfilm i evenemangsstaden 1991–2010

Massmediebilderna av Göteborg växlar som skyarna på en försommardag. Ena dagen är Göteborg – både av sina egna och av tunga opinionsbildare i konkurrerande centra – dömt till stagnation och elände. Kort senare utnämner SIFO-Sverige Göteborg till den trivsammaste av städer och göteborgaren till den mest charmerande av svenskar. Men i de allmänna föreställningarna om 90-talets Göteborg dröjer likväl kvar ett intryck av att de tongivande företagen håller på att överge staden eller minska sitt engagemang i Göteborgs utveckling. Banker och affärsföretag flyttar sina huvudkontor och forskningsavdelningar till Stockholm eller utomlands. Göteborgarna som byggde företagen glöms bort. Företagens känsla för hemorten anses avta i takt med att de internationaliseras. Men detta är vanföreställningar. Det är i själva verket så långt från sanningen att man snarast kan beteckna de göteborgska företagens gemensamma satsning på göteborgsregionen som unik i Norden. Ingenstans har oss veterligt näringsliv och kommuner funnit samma långsiktiga former för samverkan som här.<sup>1</sup>

Lägesbeskrivningen ovan gavs av företrädare för näringslivet i Göteborg i andra numret av tidningen *Vitsen med Göteborg – Tidningen för oss inom turism och näringsliv i Göteborg*, som gavs ut av Göteborg & Co under första halvan av 1990-talet.<sup>2</sup> Fortfarande verkade det råda stor osäkerhet kring Göteborgs framtid. Var staden dömd till stagnation och en fortsatt näringslivsflykt till Stockholm och utlandet? Eller kunde de nya satsningarna på marknadsföring och utveckling av stadens näringsliv som börjat växa fram under 1980-talet, och som fick ett fastare institutionellt ramverk inom bolaget Göteborg & Co,<sup>3</sup> ändra riktningen på dessa processer? Tidningen *Vitsen med Göteborg*, som gavs ut med fyra eller fem nummer per år, syftade till att presentera bolagets verksamhet och skapa legitimitet för dess satsningar på turism och evenemang som en väg framåt för staden

och dess ekonomiska utveckling. Att tidningens namn anspelar på den patenterade göteborgska humorn kan ses som tecken på att det folkliga drag som flera av filmerna under 1980-talet kännetecknades av fortfarande var närvarande under början av 1990-talet. Som lyftes fram i slutet av föregående kapitel bildades Göteborg & Co genom en sammanslagning av Gothenburg Region Promotion Office, Westway Sweden AB och Göteborgs turistråd. Bolaget har varit en central aktör i marknadsföringen av Göteborg och i det sätt på vilket Göteborg utvecklades som turist- och evenemangsstad under 1990- och det tidiga 2000-talet. Under perioden har ett flertal stora idrotts- och musikevenemang arrangerats i staden som till exempel EM i fotboll 1992, VM i friidrott 1995, EM i friidrott 2006, den sedan 2007 årliga musikfestivalen Way Out West och ett antal utomhuskonserter på den gamla friidrotts- och fotbollsarenan Nya Ullevi.

Göteborg & Co:s inriktning på att marknadsföra och utveckla Göteborg som turist- och evenemangsstad är på många sätt typisk för den entreprenöriellt inriktade stadspolitik som växte fram som ett svar på de ekonomiska omstruktureringarna efter krisen på 1970-talet. I många svenska städer var det, som tidigare diskuterats, först i samband med den ekonomiska krisen under början av 1990-talet som det gick att se ett definitivt brott med efterkrigstidens välfärdsstatliga och fordristiska politik.<sup>4</sup> Bolagets konstruktion som ett offentligt-privat partnerskap är också utmärkande för den entreprenöriellt inriktade politiken. I *Vitsen med Göteborg* betonas återkommande betydelsen av ett utökat samarbete mellan den privata och offentliga sektorn inom ramen för Göteborg & Co. I en intervju med socialdemokraten Göran Johansson och moderaten Lars-Åke Skager, som tillsammans representerade den politiska enigheten kring utvecklandet av Göteborg & Co, uttrycker den senare att: ”Näringsliv och kommun måste gå hand i hand för att hävda Göteborgs roll på världskartan”.<sup>5</sup>

I föreliggande och nästkommande kapitel analyseras bruket av audiovisuellt material inom Göteborg & Co från dess start 1991 fram till 2015. Perioden kan delas upp i två delar, vilket varit styrande för uppdelningen av analysen på två kapitel. I detta kapitel analyseras perioden fram till 2010, då det skedde en nyorientering av Göteborg & Co:s marknadsföring, som inkluderade både ett intensifierat arbete med att skapa mer samordning och en ny inriktning för marknadsföringen. Denna nyorientering kommer att diskuteras i nästa kapitel tillsammans med filmen *Hållbar stad öppen för världen* (2015), som producerades på beställning av stadsledningskontoret.

Under perioden 1991–2010 sjösatte Göteborg & Co tre större filmprojekt om Göteborg, som kommer att stå i fokus i föreliggande kapitel: *Göteborg – The friendly city* (1997), *Göteborg – We love you* (2003) och *go: Meet the world in Gothenburg* (2010). De tre filmerna kommer att analyseras i relation till den framväxande digitala tekniken och de sätt på vilka den kom att påverka produktionen, distributionen och visningen av beställningsfilm och audiovisuella material. De analyseras också i relation till förändringarna i den kommunala politiken och styrningen av staden, där en genomgående fråga är hur de nya satsningarna på turism, evenemang och marknadsföring påverkade produktionen av audiovisuellt material och de sätt på vilka staden representerades.

Analysen av de studerade filmerna i det här och nästa kapitel är något mer löst hållen än i tidigare kapitel. Utgångspunkt kommer fortfarande att tas i Elsaessers tre A:n, men en lika grundläggande genomgång av filmernas förarbete och distribution som gjorts kring de äldre produktionserna kommer inte att göras. Detta har flera anledningar. En anledning är att produktionen blev av mer flytande karaktär och att filmerna i högre grad distribuerades av och producerades inom eller i direkt samarbete med Göteborg & Co och, när det gäller *Hållbar stad öppen för världen* i nästa kapitel, av stadskansliets informationsavdelning. Att produktionen under den studerade perioden blev mer omfattande, samtidigt som filmerna har en likartad karaktär, gör också att det inom ramen för föreliggande studie hade varit svårt att genomföra en mer grundläggande kartläggning av de enskilda filmernas förarbete. En annan anledning handlar om att filmerna producerades inom det halvkommunala bolaget Göteborg & Co, vilket gör att det har varit svårt att fastställa vilket material som finns bevarat kring filmerna.<sup>6</sup> Detta kan också ses som ett mer generellt drag för den entreprenöriella stadspolitik, där bildande av kommunala bolag och offentliga-privata partnerskap i många fall minskar möjligheterna till insyn. Tryckt material som årsberättelser och nyhetsbrev från Göteborg & Co finns dock bevarat på Kungliga biblioteket och har gett en grundläggande överblick över filmernas tillkomst och spridning. Årsberättelser från 2006 och framåt finns även att ladda ner från Göteborg & Co:s hemsida.<sup>7</sup> Jag har även genomfört två intervjuer med företrädare för Göteborg & Co, som dock framför allt behandlar tidsperioden som står i fokus i nästa kapitel.

Precis som för 1970- och 1980-talen är forskningen kring beställningsfilm under 1990- och början av 2000-talet begränsad. I en kartläggning av den svenska beställningsfilmsbranschen i tidskriften *Vision* från 1997 argumenterades det för att den var större än tv-produktionen i Sverige.<sup>8</sup>

Medan den svenska branschen för tv-produktion dominerades av ett litet antal stora aktörer, bestod branschen för beställningsfilm enligt artikeln av många små aktörer och närmare 700 bolag.<sup>9</sup> Den typ av oöverskådlig-het som präglade beställningsfilmsbranschen under 1970- och 1980-talen fortsatte således att vara ett framträdande drag även under det följande decenniet. En viss bild av produktionen av beställningsfilm i Sverige ges i en jubileumsskrift för tävlingen Guldklappan, som arrangerades av Sveriges informationsförening och som 2003 anordnades för 40:e gången.<sup>10</sup> Här lyfts bland annat de förändringar som den digitala tekniken innebar för produktionen av beställningsfilm fram. En viktig omständighet för produktionen och cirkulationen av audiovisuellt material inom Göteborg & Co, och för analysen i föreliggande kapitel, är just den digitala teknikens utveckling som tog fart under andra halvan av 1990-talet. 1999 startade Göteborg & Co sin första hemsida och under samma år lanserades på hemsidan ett digitalt arkiv med rörligt bildmaterial som tv-bolag och besökare kunde ta del av och beställa direkt över internet.<sup>11</sup> Analysen i det här och nästa kapitel tar framför allt avstamp i Manovichs arbeten om det han kallar *New Media*, nya medier, som tidigare diskuterats.

### Entreprenörsurbanism och den delade staden

De förändringsprocesser som Göteborg genomgick efter krisen på 1970-talet och i synnerhet från början av 1990-talet och framåt är knappast unika för Sveriges näst största stad. Många andra städer runt om i Västeuropa och Nordamerika genomgick liknande omvandlingar med ett standardnarrativ om en pånyttfödelse från industri- och/eller hamnstad till evenemangs- och kunskapsstad. I en svensk kontext utgör Malmös utveckling under samma period den tydligaste jämförelsepunkten.<sup>12</sup> Dessa förändringsprocesser och den entreprenöriellt inriktade stadspolitik som på allvar etablerades i många svenska städer under början av 1990-talet bör, som tidigare diskuterats, förstås som en förändring i styrningen av staden. Om kommunernas uppgift tidigare i första hand låg på att tillhandahålla välfärd blev den nu i högre grad inriktad på att i konkurrens med andra städer och regioner skapa ett gott företagsklimat och därigenom förutsättningar för ekonomisk tillväxt, genom strategiska och inte sällan spekulativa satsningar. Dessa satsningar har både inkluderat fysiska förändringar av stadslandskapet och nya former av marknadsföring och projekt för att omdefiniera bilden av staden. Men trots ett ökat fokus på att lyfta fram den egna stadens unika kvaliteter och konkurrensfördelar har

marknadsföringen till stor del tagit sig uttryck i ett relativt standardiserat batteri av satsningar och åtgärder: från ikonarkitektur, vattennära bostadsområden och spektakulära evenemang till förnyelse av platser och stråk och marknadsföring av vissa stadsdelar som särskilt spännande och intressanta. Snarare än att som under den fordistiska eran utveckla staden som helhet har den kommunala politiken i allt högre grad tenderat att fokusera på ett punktvis utvecklande av staden, med tyngdpunkt på stadernas centrala delar, där det vuxit fram en ny syn på innerstädernas offentliga rum som en estetiserad arena för konsumtion och turism.

Den entreprenöriellt inriktade politikens framgångar med att skapa tillväxt i många större städer, såväl i Sverige som internationellt, skedde parallellt med en ökande ojämlikhet i staden som helhet. Många forskare har beskrivit utvecklingen i termen av ”den delade staden”.<sup>13</sup> Mukhtar-Landgren pekar till exempel på den skarpa åtskillnad som görs ”mellan en ’framstegsstad’ [...] och en ’problemstad’ förknippad med arbetslöshet och sociala klyftor, ofta med en etnisk dimension”.<sup>14</sup> I Göteborg har skillnaderna i inkomst och levnadsvillkor mellan fattiga stadsdelar i stadens utkanter, innerstaden och mer välbärgade villaområden blivit allt mer påtagliga sedan början av 1990-talet.<sup>15</sup> Genom migration och flyktingmottagande skedde under perioden också en påtaglig förändring av Göteborgs demografi och stadens sociala segregation har i hög grad haft en etnisk slagsida.<sup>16</sup> Att många städer beskrivs som framgångsrika i övergången från en fordistisk till en postfordistisk ekonomi, samtidigt som de präglas av sociala segregationsmönster får också konsekvenser för marknadsföringen av staden och för hur den representeras beroende på den tänkta målgruppen. I en studie av personer som under 2000-talets första decennium befann sig i Göteborg utan uppehållstillstånd visar sociologen Helena Holgersson hur det fanns en tydlig uppdelning av de bilder av staden som kommunen sände ut.<sup>17</sup> När kommunen, som till exempel i marknadsföringsmaterial producerat av Göteborg & Co, riktade sig mot turister, näringsliv och potentiella nya invånare lyftes Göteborg fram som en attraktiv stad med något att erbjuda alla. När kommunen tvärtom riktade sig mot nyanlända till Sverige var bilden av staden en annan. Det betonades att staden hade svårt att erbjuda jobb och bostad och att personerna helst borde söka sig någon annanstans. Även om analysen i det här kapitlet och det nästkommande i första hand riktar in sig på den första bilden av staden, är dessa dubbla bilder betydelsefulla för att förstå kontexten till det analyserade materialet och vad som *inte* lyfts fram.



## Evenemangsstaden och stadsfilmen

När VM i friidrott arrangerades i Göteborg 1995 var Göteborg & Co en av de drivande aktörerna. Evenemanget kan ses som ett genombrott för bolagets satsningar på att etablera Göteborg som evenemangsstad och ägnas stor uppmärksamhet i tidningen *Vitsen med Göteborg*.<sup>18</sup> Mästerskapet framstår också som tongivande för det audiovisuella mediebruket inom Göteborg & Co under de följande decennierna.<sup>19</sup> Under själva mästerskapet inrättade bolaget ett särskilt mediecenter där såväl Sveriges Television som internationella tv-bolag erbjöds både förinspelat filmmaterial från staden och hjälp med inspelning av nytt material under tävlingsdagarna.<sup>20</sup> Som en del av ansökan om att få anordna mästerskapet producerades också en fem minuter lång film för att presentera Göteborg som stad och som den mest lämpade platsen för tävlingarna.<sup>21</sup> Just att producera en kortare film som del av en ansökan om att få arrangera en internationell kongress eller idrottstävling, eller som ett sätt att marknadsföra det faktiska evenemanget, skulle komma att bli ett viktigt användningsområde för audiovisuellt material inom Göteborg & Co under de följande åren.

Även stilistiskt och i sättet på vilket Göteborg representeras förefaller den fem minuter långa filmen *Göteborg – The host of 5th IAAF world championships in athletics* vara tongivande. Den börjar med en soluppgång, möjligen filmad från Älvsborgsbron, över Göta älv och de båda älvstränderna i centrala Göteborg. Den avslutas med en tagning i godperspektiv på fontänen och statyn av Poseidon vid Götaplatsen med konstmuseets monumentala fasad i bakgrunden under en mörkblå natthimmel. Där emellan består filmen av ett flöde av korta tagningar med en blandning av närbilder på detaljer, helbilder på människor i stadsrummet och flygbilder över staden. Tyngdpunkten ligger på turism, nöjen och evenemang: människor som anländer till Göteborg med tåg och flyg, folkvimmel, gatu- och nattliv, skärgården, naturområden, museer och tagningar från friidrottstävlingar. Filmen saknar speakerröst. I stället understryks dess budskap av specialskrivna musik där en kvinnlig sångerska sjunger rader som: ”Put your heart into Göteborg”, ”A place to go”, ”I see you here in 1995”. I filmen används således två av de urbana topiker, ”En dag i staden” och ”Att anlända till staden”, som tidigare diskuterats i avhandlingen. I övrigt skiljer den sig på flera sätt mot de filmer som tidigare diskuterats. Framför allt tre aspekter bör lyftas fram. För det första hur filmen framför allt koncentreras kring turism, nöjen och evenemang. För det andra hur flödet av korta tagningar skapar en fragmentarisk, rumsligt desorienterad och collageartad känsla. För det tredje hur filmen, inte minst genom den

specialskrivna musiken, adresserar en tänkt åskådare och besökare till staden. Även om filmen saknar speakerröst adresseras ett ”du” som uppmanas att komma till Göteborg och njuta av det staden har att erbjuda.

Utöver den här typen av korta filmer för specifika evenemang producerade Göteborg & Co under de följande femton åren även de tre mer övergripande filmerna om Göteborg som kommer att stå i fokus i det här kapitlet: *Göteborg – The friendly city* från 1997, *Göteborg – We love you* från 2003 och *go: Meet the world in Gothenburg* från 2010. De tre filmerna har stora likheter både i hur de producerades och visades, i sina stilistiska uttryck och i det sätt på vilket Göteborg representeras. Efter att respektive film presenterats kommer de därför att analyseras mer sammanhållet än de filmer som studerats i tidigare kapitel. Här har inspiration tagits från den metod som kallas seriereanalys där vissa gemensamma teman i ett flertal filmer lyfts fram. Metoden, som diskuterades i kapitel 2, lyfts av bland andra Zimmermann fram som en lämplig ingång för att studera en större mängd likartat beställningsfilmsmaterial.<sup>22</sup> Vissa skillnader och förändringar mellan de tre filmerna kommer dock att lyftas fram och diskuteras.

### Tre filmer: Produktion, distribution och mottagande

Med avstamp i Elsaessers tre A:n kan det först konstateras att beställare (*Auftraggeber*) för alla tre filmerna var Göteborg & Co. Här bör dess form som ett offentligt-privat bolag understrykas. Förarbetet kring flera av de tidigare filmprojekten kretsade kring att bjuda in privata aktörer för att bidra till filmernas finansiering. När det gäller Göteborg & Co:s tre filmer var samarbetet med de privata aktörerna en del av projekten från början. Filmernas produktionskostnader har varit svåra att fastslå, men *go: Meet the world in Gothenburg* ska ha kostat strax över en miljon kronor att spela in.<sup>23</sup> Filmernas syfte (*Anlass*) och målgrupp (*Adressat*) var i första hand att visas på mässor och kongresser och som en del av stadens och bolagets ansökningar om att få vara värd för olika evenemang.<sup>24</sup> Att filmerna gavs titlar på engelska ger också en indikation på deras tänkta målgrupper och de sammanhang de var ämnade för. *Go: Meet the world in Gothenburg* från 2010 hade dock en bredare adressering och riktade sig mer direkt till potentiella besökare och turister. Den visades på Göteborg & Co:s hemsida och i andra digitala kanaler och på tv-skärmar i turistbyrån vid Kungssportsplatsen.<sup>25</sup>

De tre filmerna producerades av Jan-Olof Fritze inom det externa bolaget Big5, som var tätt knutet till Göteborg & Co. Redan under VM i

friidrott 1995 arbetade Fritze inom Göteborg & Co och dess mediecenter. På liknande sätt som under VM i friidrott skapades utifrån det filmmaterial som genererades under inspelningen av respektive film databaser med material som erbjöds externa journalister och tv-bolag som ville ha audiovisuellt material om Göteborg. Med utgångspunkt i databaserna sattes också specialanpassade filmer samman för att marknadsföra specifika evenemang eller kampanjer. *Göteborg – The friendly city* producerades till exempel i nya versioner inför millenniumfirandet i Göteborg 2000, EU-toppmötet och George W. Bushs besök i staden 2001, EM i handboll och Volvo Ocean Race 2002, och som en del av ansökan till EM i friidrott 2006.<sup>26</sup> Även de två senare filmerna finns i flera olika versioner. *Göteborg – We love you* producerades i åtminstone två huvudversioner om tretton respektive drygt sex minuter.<sup>27</sup> *Go: Meet the world in Gothenburg*, producerades initialt i tre versioner om knappt tolv, åtta och fyra minuter, för att kunna användas i olika sammanhang.<sup>28</sup>

Alla tre filmer belönades med priser vid såväl nationella som internationella beställningsfilmstävlingar, något som upprepade gånger lyfts fram i bolagets nyhetsmaterial och årsberättelser.<sup>29</sup> De tre filmerna hade också premiär genom pressvisningar på biograf i Göteborg, något som vid varje tillfälle uppmärksammades av lokala medier. Överlag var omdömena i denna rapportering positiva, även om en viss kritik mot en alltför tillrättalagd bild av staden också framfördes. I *Göteborgs-Posten* fick *Göteborg – The friendly city* tre av fem fyror i betyg och skribenten invände framför allt mot att filmen bara inkluderar material från soliga sommardagar.<sup>30</sup> I *Göteborgs-Tidningen* beskrivs den följande filmen, *Göteborg – We love you*, som en ”Film i världsklass av Göteborg & Co”. Skribenten ger filmen fem getingar av fem möjliga i betyg och hoppas det blir verklighet av planerna att visa filmen på storbildsskärm för stadens invånare under det årliga Göteborgskalaset.<sup>31</sup> Efter premiären av *go: Meet the world in Gothenburg* rapporterar *Göteborgs-Postens* Marie Kennedy att ”Sällan har stan framstått som så cool, ungdomlig och förförisk”, men lyfter också fram avsaknaden av ”bilder från en råkulen oktoberdag med ösregn när paraplyerna vänder sig ut och in”.<sup>32</sup> På sina håll fick filmerna mer syrliga kommentarer. I en krönika menar *Göteborgs-Postens* kulturchef Gabriel Byström att *go: Meet the world in Gothenburg* är ”en reproduktion av de klichéer vi lärt oss förknippa med Göteborg och kliniskt rent från allt som kan tänkas skava och fördjupa bilden.”<sup>33</sup>

I likhet med de filmer som producerades inom Gothenburg Region Promotion Office under 1980-talet hade Göteborg & Co:s filmer relativt avgränsade syften och målgrupper. De tre filmer som diskuteras i det här

kapitlet producerades framför allt för visning på mässor och konferenser och som en del av Göteborg & Co:s presentation av staden i olika affärssammanhang, även om de kortare versionerna av *go: Meet the world in Gothenburg* också mer direkt riktade sig till turister och besökare. Filmerna var däremot aldrig tänkta att visas inom de välfärdsstatliga institutionerna. Den kommunala stadsfilmen hade nu definitivt flyttat ut från klassrummet och föreningslokalen och in i konferensrummet; en videokassett eller digital fil att bifoga ansökningar om att få anordna evenemang i staden. Att filmerna premiärvisades för press i Göteborg kan förstås som ett sätt att visa upp och skapa acceptans för bolagets verksamhet och dess satsningar på turism och evenemang även för en lokal publik.

### Beställningsfilm, prestige och flyktighet

Det audiovisuella mediebruket inom Göteborg & Co kännetecknades således redan från början av en särskild dynamik där filmmaterial användes i olika kontexter i såväl bolagets egna kortare filmer om staden som i tv-bolags inslag från Göteborg. Material återanvändes också mellan de tre större produktionerna. De filmer som Göteborg & Co producerade kan förstås som just den typ av *transient objects*, som Vonderau menar att många reklam- och beställningsfilmer kan karaktäriseras som.<sup>34</sup> Samtidigt utmärks såväl filmen inför VM i friidrott 1995 som de tre följande filmerna av att deras upphovsmän och produktionsuppgifter anges i slutet, vilket ger dem formen av mer sammanhållna verk. Att filmerna vann priser vid olika beställningsfilmstävlingar och premiärvisades på biograf i Göteborg för inbjuden press pekar också på att det fanns en prestige kopplad till dem. I samband med lanseringen av den andra filmen, *Göteborg – We love you*, förklarade dess producent Jan-Olof Fritze att ”med den nya filmen tänker vi hålla Göteborg stadigt kvar i folks medvetande.”<sup>35</sup> Här framstår det som att lanseringen av en ny och mer sammanhållen film om staden blir något av en attraktion i sig, även om den har stora likheter med den tidigare filmen och också består av en hel del återanvänt filmmaterial.

Det går således att se en spänning mellan det flyktiga bruket av audiovisuellt material inom Göteborg & Co och lanseringen av mer sammanhållna produktioner. Precis som Manovich argumenterar för får databasen en avgörande betydelse i produktionen av nya medieobjekt, där filmmaterial återanvänds i olika produktioner och där de enskilda tagningarna har olika ursprung och i många fall kan ha flera år på nacken. Även tidigare har beställningsfilm ofta haft en karaktär av det Zimmermann kallar ”halvfabrikat”, något som även är ett framträdande drag för de

militära undervisningsfilmer under mellankrigstiden som Wickman har studerat.<sup>36</sup> Även Tullberg film, som var en av de främsta producenterna av industrifilm i Sverige under 1920-talet, återanvände tagningar och scener mellan olika produktioner utifrån ett arkiv med filmmaterial.<sup>37</sup> Liknande praktiker syns inom SF:s skolfilmsavdelning under decennierna efter andra världskriget, där filmer redigerades om för att passa olika målgrupper eller sattes samman av material från tidigare filmer av olika ursprung.<sup>38</sup> Även flera av de filmer som tidigare diskuterats i avhandlingen producerades i flera olika versioner. Samtidigt gav den fysiska filmbasen proceduren en materiell tröghet. När nya och omredigerade kopior skulle framställas av *Sveriges port mot väster* under slutet av 1940-talet krävde detta ett nytt beslut om finansiering i stadsfullmäktige. Den modulära och variabla karaktär som, med Manovichs ord, kännetecknar nya medieobjekt, där nya och skraddarsydda versioner med lätthet kan framställas, begränsas inte som tidigare av den analoga filmremsans materialitet. Jämfört med tidigare filmer som diskuterats i avhandlingen framstår återanvändningen av audiovisuellt material mellan olika produktioner inom Göteborg & Co som en mer grundläggande princip för bruket av audiovisuellt material inom bolaget.

Givet filmernas instabila karaktär blir det en metodologisk fråga hur filmerna ska analyseras och vilken version forskaren bör utgå från. För att skapa en likvärdighet mellan de tre filmerna kommer i det följande det som förefaller vara huvudversionen, som också är den längsta versionen av respektive film, analyseras. Detta för att de presenterades som sammanhållna verk och att det var dessa versioner som premiärvisades på biograf. *Göteborg – The friendly city* producerades i en nio minuter lång huvudversion, som också distribuerades som videokassett. Filmen finns tillgänglig digitalt för forskning i SMDDB. Den långa versionen av *Göteborg – We love you*, som kommer att stå i fokus i det följande, finns även den tillgänglig via SMDDB. Den längsta versionen av *go: Meet the world in Gothenburg* finns tillgänglig på Jan-Olof Fritzes kanal på Vimeo.<sup>39</sup> Efter en första presentation av respektive film kommer de sedan att jämföras och analyseras tillsammans.

### ***Göteborg – The friendly city (1997)***

Först är bilden helt svart. En speakerröst börjar på engelska räkna upp de olika egenskaper och attribut som en stad måste ha för att vara en attraktiv turistdestination och ett framgångsrikt kongress- och affärscentrum och strax tonas ett animerat blått hav med små svarta öar och kobbar in:

What does it take to make a city a big tourist attraction? A centre for trades and fairs, a meeting ground for congresses and challenging business opportunities? Well first you get yourself a city and place it near the water if you can, you mix old buildings with new ones and place them along beautiful canals. Then you have to have an amusement park, hockey form, a trade centre, congress hall and a football arena – yeah you got to have a football arena! – a cultural centre, symphonic orchestra, and an opera house, a university and more important industries, all within walking distance, and finally to top it off you need friendly people.

Kameran rör sig som i ett flygplan eller en helikopter över havet mot den svarta konturen av en stad som framstår som en egen ö i vattnet. Från staden sticker siluetterna av ett antal byggnader upp. För den som är bekant med Göteborg kan statyn av Poseidon vid Götaplatsen anses och tydligast syns stadens ikoniska staty av Gustav II Adolf. Staden kommer allt närmare och samtidigt som speakerrösten räknar upp de olika attraktionerna dyker ungefär samma ord upp utskrivna i bild: ”Old houses”, ”New buildings”, ”Beautiful canals” och så vidare. Orden är skrivna i olika grälla färger och rör sig i samma riktning som kameran mot staden, om än med högre hastighet. När orden når staden, smälter de samman med den i en liten vit explosion. När speakerrösten räknat upp den sista kvaliteten en riktig turistdestination bör ha, ”Friendly people”, smälter orden samman med siluetten av staden och med ett explosionsartat ljud kommer staden i ett slag hastigt närmare tills hela bilden återigen övergår i svart.

På det här sättet inleds den nio minuter långa filmen *Göteborg – The friendly city* från 1997. Precis som filmen inför VM i friidrott 1995 saknar den resterande delen av filmen speakerröst. Efter det första anslaget följer en sekvens om drygt en minut som inleds på morgonen ombord på en passagerarfärja på väg att anlända till Göteborg. Sekvensen avslutas i skymningen med en tagning av solen mot en eldröd himmel som tonas över i en tagning av siluetten av en hamnkran mot samma brandgula himmel. Däremellan ett montage av tagningar från olika delar av staden, ackompanjerade av det folkmusikklingande stycket ”Machopolska” av Benny Andersson. Korta tagningar med en blandning av närbilder på detaljer, en restaurangskylt, gatlyktor i gammaldags stil, utbudet av skaldjur på en fiskmarknad, varvas med mer översiktliga bilder på några av stadens mest kända byggnader, turister som anländer till staden med tåg och människor som njuter stadens utbud av konsumtion, rekreation och nöjen.

Den resterande huvuddelen av filmen är uppdelad i sju tematiska avsnitt, som introduceras med utskrivna ord på engelska: ”Outdoor”, ”By



the sea”, ”Culture”, ”Sports”, ”Business”, ”Old town” och ”Fun”. Inom varje avsnitt återfinns också ett antal liknande allmänt hållna ord: ”Friendly people”, ”Relaxed atmosphere” och ”Clean air”. Precis som i sekvensen efter anslaget kännetecknas de olika avsnitten av korta tagningar med en blandning av närbilder och mer översiktliga tagningar. Stundtals återanvänds också tagningar från filmen inför VM i friidrott 1995. Kameraarbetet är bitvis långsamt och försiktigt, med små eller inga rörelser, och stundtals mer expressivt med snabba och kraftiga kamerarörelser. Det expressiva kameraarbetet kombineras ibland med att tagningen under en kort stund spelas upp med förhöjd hastighet. Även musiken uppvisar en bredd, från Benny Anderssons ”Machopolska” och ett stycke ur operan Prins Igor av den ryske kompositören Alexander Borodin, framförd av Göteborgssymfonikerna, till enklare muzakartad musik. Ett återkommande inslag är att kända och mer okända göteborgare och besökare till staden tittar in i kameran och säger eller ropar ”Göteborg I/We love you”. Så till exempel två blonda flickor (”Viktoria & Linnea”), sångerskan Louise Hoffsten, fotbollstränaren Sven-Göran Eriksson, två uniformsklädda poliser, passagerarna i turistbåten Paddan, statyn av Gustav II Adolf i animerad form och publikhavet under en utomhuskonsert med Göteborgssymfonikerna på Götaplatsen.

### **Göteborg – We love you (2003)**

Även *Göteborg – We love you* inleds med animerat bildmaterial. Denna gång från folktomma kvarter under en tidig morgontimme. Staden är först svår att identifiera. Men strax blir de göteborgska vyerna och landmärkena mer påtagliga och solen syns gå upp bakom några av stadens mest kända byggnader och stråk. Parallellt med att natten övergår i morgon och Göteborg framträder frågar sig en speakerröst: ”What is the spirit of a city? What defines it?” och fortsätter:

Göteborg, Sweden, on the top of Europe, on the sea and in the heart of Scandinavia. You find lakes, rivers and canals – yeah, we got canals! Car, train, boat, plane, walk – or swim, the choice is yours! Opera house, stadiums, convention centre, amusement park – and world events! The same as everywhere else? Sure, but with a big plus! Universities with knowledge hungry students, industry, art and design, world class hospitality. After all life should be warm, sweet and fun. A safe green city. Göteborg and its people. So close you could enjoy our spirit for a weekend – or a life time. Göteborg. Reach out and catch the spirit!



Animerade tagningar av evenemangsstaden, stillbilder ur *Göteborg – We love you* (2003).

På liknande sätt som i *Göteborg – The friendly city* räknas attraktionerna hos en betydande turist- och näringslivsstad upp. Samtidigt som speakerrösten försöker besvara vad som trots allt är unikt med Göteborg, dyker även utskrivna beskrivningar av stadens invånare upp i bild över de animerade stadsmiljöerna som ett svar: ”Dynamic people”, ”Creative people”, ”Friendly people”. I filmen intar Göteborgssymfonikerna en central plats. Efter det animerade anslaget inleds filmen i konserthuset där symfonikerna

framför ett klassiskt stycke i snabbt tempo. Samtidigt som musiken övergår i ett lugnare tempo dyker en projicerad film från ett skogsområde upp på väggen bakom musikerna och genom en snabb övertoning sker en övergång till den projicerade filmen som också blir en brygga till huvuddelen av filmen.

Tagningar från ett brett spektrum av sevärdheter i Göteborg följer: naturområden, turistbåten Paddan, caféliv, Liseberg, konstmuseet, kongressanläggningar, Bok- och biblioteksmässan och stora sportevenemang. Även denna film är uppdelad i ett antal avsnitt som presenteras med slagord på engelska, som liknar dem i den tidigare filmen. I de korta inledningarna till varje nytt avsnitt används på nytt animerat bildmaterial på göteborgska stadsmiljöer. I filmen används på ett än mer utstuderat sätt än i *Göteborg – The friendly city* dramatiska effekter och kamerarörelser. I ett flertal tagningar där kameran rör sig genom stadsrummet ökas för en kort stund hastigheten på rörelsen. Ett återkommande grepp, inte minst i de animerade partierna, är också att de slagord som presenteras rör sig genom stadsrummet och synkroniseras med kamerans rörelser eller att orden matchas mot en husfasad. Även i denna film är ett återkommande inslag att olika personer tittar in i kameran och förkunnar ”Göteborg – We love you”, däribland två ridande poliser, en animerad testdocka, kändisar som Helena Bergström och Börje Salming, samt åskådarmassor på flera av de stora evenemangen. Filmen knyts ihop hos symfonikerna i konserthusen där den projicerade filmen bakom ensemblen visar en solnedgång i skärgården samtidigt som musiken och filmen når sin final.

### **go: Meet the world in Gothenburg (2010)**

I anslaget, återigen animerat, till Göteborg & Co:s tredje större filmproduktion *go: Meet the world in Gothenburg* sparas det inte på krutet. Till dramatisk musik inleds filmen ute i rymden med att en meteoroid närmar sig jorden. När meteoroiden passerat atmosfären syns en ung kvinnlig fallskärmshoppare som svävar ovan molnen och dagdrömmer om den perfekta staden, platsen där hon kan landa för att förverkliga sig själv:

Wow! Is this a dream? I'm flying, free to be me. Now breathing the clean sweet air. Time to think. What do I want? Develop a lifestyle, multi-cultural, accepting friendly, vibrant, feel-good and stress-free. Diversity, spirit, uniqueness, style! A place to study, work, create and have fun. Where can I go, where should I land? What if there was a place that had it all?

Kvinnan med fallskärm passerar molnen och landar därefter mitt i Göteborg. Från ovan syns ett utsnitt av den centrala staden och med stora bokstäver över Trädgårdsföreningen förkunnas, som ett svar på kvinnans sökande: ”WELCOME TO GOTHENBURG”. Återigen följer ett flöde av korta tagningar på stadens olika attraktioner, människor på uteserveringar, shopping, kulturinstitutioner och stora sportevenemang. I några scener används stadsrummet på oväntat sätt, där till exempel musiker från Göteborgssymfonikerna syns spela sina instrument på olika oväntade platser runt om i staden. Precis som i de två tidigare filmerna förekommer en mängd allmänt hållna uppmaningar i skriven text: ”Do your thing”, ”Spoil yourself”, ”Share the moment” och ”Amuse yourself”. Även i denna film återfinns ett flertal scener där olika personer tittar in i kameran och intygar stadens förträfflighet: ett flertal bröllopspar, poliser i uniform, studenter och kändisar som Ingvar Oldsberg och Dolph Lundgren. Ett genomgående tema är den nya slogan ”go:” som Göteborg & Co lanserade samma år och som kommer att diskuteras utförligare nedan. Filmen struktureras i tematiska, om än väldigt löst hållna, avsnitt. I tur och ordning: ”go: Free your mind”, om konst och kulturattraktioner, som konstmuseet och Göteborgssymfonikerna, ”go: Discover”, om parker, naturområden, skärgårdsliv, ”go: Wild”, om Liseberg och de stora musik- och idrottsevenemangen, ”go: Meet the future”, om produktionen av Volvobilar, forskning och studentliv vid stadens två universitet, Bok- och biblioteksmässan och filmproduktion i Göteborg, och ”go: Gothenburg”, om shopping, restauranger och nattliv. Filmen avslutas med en tagning ovan molnen med uppmaningen ”go: Discover”.

### **En ny typ av stadsfilm**

Med de tre filmerna *Göteborg – The friendly city*, *Göteborg – We love you* och *go: Meet the world in Gothenburg* är det tydligt att det skett ett brott med sättet som Göteborg representeras på och de äldre kommunala stadsfilmerna. De tre filmerna kan ses som exempel på en ny typ av stadsfilm som ska förstås i relation till den entreprenöriella stadspolitikens framväxt, övergången från en fordistisk till en postfordistisk stad, och den digitala utvecklingen. En viktig grund för att förstå skillnaden mellan filmerna och det sätt som Göteborg representeras på är syftet med filmerna och att de framför allt producerades för visning på mässor och konferenser och som en del av Göteborg & Co:s presentation av staden i kommersiella sammanhang.

En uppenbar skillnad mellan de tre filmerna och de som diskuterats i tidigare kapitel märks redan i deras titlar. Titlarna på nästan alla de äldre

filmerna lade vikt vid Göteborgs geografiska lokalisering och de flöden denna lokalisering bidrog till: stadens placering vid havet och Göta älv, dess funktion som en port för flödet av varor och människor till och från Sverige västerut och dess centrala läge i Skandinavien. Titlarna på Göteborg & Co:s tre filmer innehåller ingenting om stadens geografiska placering. I stället berättar de att Göteborg är en vänlig stad, att ett ”vi”, som får förmodas inkludera både stadens invånare och de som sedan tidigare besökt staden, älskar Göteborg, och att du kan komma till Göteborg för att möta världen. Till skillnad från flera av de tidigare filmerna finns inte heller någon karta där staden placeras in geografiskt. I inledningen av filmen inför VM i friidrott 1995 och i det andra anslaget till *Göteborg – The friendly city* skapas genom tagningar med flygplan, samt färjepassagerare och tågresenärer som anländer till staden, en rumslig riktning. Dock ges ingen fördjupad presentation av stadens lokalisering eller hur den är sammanbunden med andra städer och länder. I inledningen av *Göteborg – We love you* förklarar speakerrösten att Göteborg ligger i Sverige och vidare ”on the top of Europe, on the sea, and in the heart of Scandinavia”, men inte heller här ges någon fördjupad presentation av denna geografiska placering. I de äldre filmerna lades tvärtom stor vikt vid att lyfta fram stadens allt mer utbyggda infrastruktur och de olika transportvägar som knöt samman staden med omvärlden. Denna förändring speglar skillnaderna mellan den fordistiska och den postfordistiska stadens sätt att styra flöden och cirkulation. I sin analys av omvandlingen av Göteborgs centrala delar under 1990- och början av 2000-talet betonar Franzén, Hertting och Thörn att kontrollen och styrningen av flödet av kapital, varor och människor alltid varit en central stadspolitisk fråga.<sup>40</sup> Men där den fordistiska staden syftade till att främja rörelse inom, samt till och från staden, syftar styrningen av den postfordistiska staden snarare till att med hjälp av mjuka medel skapa en viss atmosfär kring utvalda stråk och stadsdelar och därigenom ett önskat flöde av turister och besökare till dessa platser. I motsats till de tidigare filmerna där staden i hög grad skildrades som en helhet är urvalet av platser i staden också snävare i Göteborg & Co:s filmer, med ett fokus på stadens centrala delar, skärgården och vissa stadsnära naturområden. I relation till de demografiska förändringar som Göteborg genomgick sedan början av 1990-talet är det också påtagligt att de flesta personer som syns i filmen har vit hudfärg, även om ett bredare urval av personer med olika bakgrund delvis syns i den sista av de tre filmerna, *go: Meet the world in Gothenburg* från 2010.

Skillnaderna syns också just i det sätt på vilket stadens invånare skildras. De göteborgare som framträder i de tre filmerna framstår som vänliga och

välkomnande och som en del av folkmassans uppsluppna stämning. I *Göteborg – We love you* beskrivs stadens invånare uttryckligen som vänliga, dynamiska och kreativa. Även i Göteborg & Co:s bredare arbete tillskrivs de boende i Göteborg egenskaper som ligger i linje med den marknadsförda bilden av staden. I bolagets årsrapport för 2005 listas till exempel ett antal argument för Göteborg som evenemangsstad och det pekas bland annat på det stora intresset ”för kultur och idrott bland regionens invånare”.<sup>41</sup> Här syns en tydlig skillnad mot äldre filmer som *Sveriges port mot väster* (1946) och *Gothenburg goes offshore* (1981) där stadens invånare framhölls som yrkeskunniga och vana vid tuffa arbetsmiljöer och deras lämplighet som *arbetskraft* underströks. I Göteborg & Co:s tre filmer och marknadsföringsarbete betonas i stället stadens invånare som vänliga och som *konsument* av stadens utbud av evenemang och nöjen och att de därigenom bidrar till stadens eftersökta atmosfär. I sin jämförande analys av filmer producerade inför staden Eskilstunas 300- respektive 350-årsjubileum 1959 och 2009 pekar Samuelsson på liknande tendenser.<sup>42</sup> I den äldre filmen presenteras stadens invånare som kunniga och lojala arbetare. I den senare betonas i stället hur invånarna tar del av stadens utbud, de går på café, intresserar sig för konst och sportevenemang, studerar på universitet och beskrivs som modiga och företagsamma.<sup>43</sup>

Förändringen syns också i de tre filmernas tonvikt på evenemang, nöjen, konsumtion och turisminriktade aktiviteter. I alla filmerna finns korta avsnitt där stadens näringsliv och internationellt sett mest kända företag presenteras. Stadens två universitet lyfts också fram. Men därutöver innehåller filmerna ingenting från stadens produktions- och arbetsmiljöer eller bostadsområden. I flera av de tidigare filmerna presenterades satsningar på välfärd och nybyggda stadsdelar även när de riktade sig mot turister och näringsliv. Förutom mot slutet av den första sekvensen efter anslaget i *Göteborg – The friendly city*, med siluetten av en hamnkran och ljudet av fiskmåsar, syns eller hörs ingenting av Göteborgs roll som hamnstad i de tre filmerna. Kontrasten är slående mot de äldre filmerna, där hamnen utgjorde ett centralt nav runt vilket stadens identitet konstruerades. Det pekar på hur många hamn- och industristäder under 1990- och början av 2000-talet försökte ta avstånd från det som de tidigare förknippats med och i stället skapa en ny bild av staden med inriktning mot konsumtion, turism och mer högteknologiska branscher.<sup>44</sup> I försöken att omskapa bilden av staden stod dess hamn- och fabriksmiljöer, industristadens skorstenar och hamnstadens kranar, lågt i kurs.

I sin analys av omvandlingen av Göteborgs centrala delar under 1990- och början av 2000-talet lyfter Franzén, Hertting och Thörn fram det de



kallar ”de små detaljernas politik”.<sup>45</sup> Omvandlingen innebar inga stora fysiska förändringar av den byggda miljön, få byggnader revs eller tillkom. I stället karaktäriserades den av små och mer subtila förändringar, med ett förändrat utbud av restauranger och butiker, och att vissa gator och stråk gjordes om till gångfartsgator eller fick nya beläggningar. En liknande skillnad syns mellan de filmer som diskuterats i tidigare kapitel och Göteborg & Co:s filmer. I de tidigare filmerna, fram till åtminstone 1970-talet, fanns en stark betoning på den välfärdsstatliga utbyggnaden, uppförandet av bostadsområden och av ny infrastruktur. I de tre senare filmerna syns väldigt lite av fysiska förändringar av staden, med undantag för Göteborgsoperan, som invigdes 1994. Framför allt ligger fokus på det efemära, på flödet av människor och tillfälliga evenemang och händelser i stadsrummet, snarare än på specifika byggnader eller platser. I den postfordistiska staden ligger uppmärksamheten inte längre på produktion och välfärdsstatlig planering, utan snarare på konsumtion, nöjen och upplevelser. Utgångspunkten är inte längre stadsplanerarens kontor, staden är inte längre en helhet att planlägga, utan byggs upp av flyktiga byggstenar. Harvey har påpekat sambandet mellan genombrottet för den entreprenöriella stadspolitikerna och det han ser som postmoderna drag inom stadsplanering, arkitektur och den urbana konsumtionskulturen som han menar kännetecknas av: ”utformningen av urbana fragment snarare än sammanhängande stadsplanering, för flyktighet och eklekticism i mode och stil snarare än tidlösa värden, för citat och fiktion snarare än innovation och funktion och slutligen för mediet snarare än budskapet och ytan snarare än innehållet.”<sup>46</sup> I sina fragmentariska, collageartade och eklektiska uttryck, skulle de tre filmerna stilistiskt kunna karaktäriseras som just postmoderna.

Utifrån Lefebvres marxistiska ingång är det sätt på vilket stadens rum produceras tätt kopplat till det ekonomiska systemets produktionsätt vid en given tidpunkt.<sup>47</sup> Den fordistiska och den postfordistiska staden skapar två olika representationsformer, eller, med Lefebvres ord, två olika rumsliga representationer. I det följande kommer några karaktäristiska aspekter av de tre filmerna och den nya typen av stadsfilm de representerar att analyseras.

### Det spektakulära, konstgjorda och generiska

De tre filmerna som står i fokus i det här kapitlet är svåra att placera in inom något av Nichols dokumentära modus. De karaktäriseras av en explicit säljande retorik, med känslomässiga snarare än logiska och sakliga

argument och bör i högre grad förstås som reklamfilmer, än som filmer med dokumentära och/eller informativa ambitioner. Att det skett en rörelse bort från dessa anspråk syns redan i anslaget till *Göteborg – The friendly city*, där tonen slås an både för den resterande delen av filmen och för de kommande två filmerna. Flera grepp pekar på ett brott med den dokumentära eller informativa ansatsen och det Nichols kallar en ”saklighetens diskurs” som kännetecknat många av de äldre filmerna som analyserats i avhandlingen. En central aspekt är att filmen inleds med en animerad scen snarare än med filmade tagningar. Den fotografiska bildens indexikalitet, där det finns ett samband mellan bilden och det som fanns framför kameran, utgjorde en avgörande komponent för den dokumentära filmens sanningsanspråk. Visserligen förändras den rörliga bildens indexikalitet med den digitala teknikens intåg, där det som fanns framför kameran omkodas till matematisk kod och därmed med lätthet kan manipuleras. Men fortfarande fungerar det digitala fotografiet eller den digitalt filmade tagningen som ett bevis på det som fanns framför kameran. Att filmen inleds med en animerad scen signalerar således att filmen inte har realistiska ambitioner. Staden som kameran rör sig mot byggs också upp av ett antal ikoniska tecken för olika attraktioner i Göteborg, tagna ur sina rumsliga och sociala kontexter, snarare än av fotografiska avbildningar. I anslaget används också spektakulära grepp som inte heller kan ses som en del av en realistisk stil: de textade orden i grälla färger och den avslutande snabba kameraåkningen. Den inledande speakerröstens framställning präglas inte heller av en sakligt orienterad ton utan kan beskrivas som säljande. Staden som speakerrösten beskriver framstår också som något av ett collage som sätts samman av en uppsättning generella attraktioner för att matcha en lista med kriterier för en stad attraktiv för turister och näringsliv.

Anslaget till *Göteborg – The friendly city* slår an en ton som präglar alla de tre produktionerna. De genomsyras av grepp som drar mot det spektakulära, konstgjorda och effektsökande: de animerade partierna, de överdrivna kamerarörelserna och tagningar som för en kort stund spelas i förhöjd hastighet. Dessa grepp bör förstås i relation till att videotekniken och den digitala tekniken erbjöd större möjligheter att med enkelhet skapa den här typen av effekter. I filmerna finns också ett genomgående generiskt drag. De korta tagningarna med fokus på detaljer och människor är många gånger svåra att knyta till faktiska platser i staden. I de tagningar där byggnader eller statyer syns presenteras sällan deras namn eller funktion. Snarare än att referera till en specifik byggnad, kulturinstitution eller monument, fungerar många av dessa tagningar snarare som mer

allmänna tecken för ”spännande byggnad”, ”kultur” eller ”historia”. I *Göteborg – The friendly city* ägnas till exempel stadsdelen Haga ett eget avsnitt under rubriken ”Old Town”, men dess namn lyfts aldrig fram. Till tagningar på trähus, från innergårdar och kullerstensbelagda gågator presenteras stadsdelen med hjälp av orden ”Things from the past”, ”17th century” och ”Stop and smell the roses”. Här har stadsdelen Hagas resa i kulturell status närmast nått sin fullbordan. I de analyserade filmerna från 1940-, 1950- och 1960-talen, var Haga inte alls en del av stadens officiella geografi. Under 1990-talet kunde den gamla arbetarklasstadsdelen, som tidigare stod inför hot om total sanering, få status som Göteborgs ”gamla stad”. Även om dess namn aldrig nämns i filmen kunde de bevarade husen användas i marknadsföringen som tecken för en genuin historisk stadsdel.

En annan central aspekt av de tre filmerna, som både pekar på deras generiska drag och markerar en tydlig skillnad mot tidigare filmer, är bruket av talad och skriven text. Förutom i anslagen till de två första filmerna saknar de alla speakerröst. I de flesta av de tidigare filmerna utgjorde speakerrösten en central komponent av deras expositoriska modus och relativt sakligt hållna ton. Göteborg & Co:s tre produktioner är i stället fulla med säljande, positivt laddade och allmänt hållna slagord och uttryck som uppmanar åskådaren till hur han eller hon ska känna vid ett besök i staden, vilket knappast signalerar någon saklighet eller måttfullhet. Filmernas spektakulära, konstgjorda och manierade uttryck bör förstås i relation till deras syften (*Anlass*) att de i första hand producerades mot målgrupper (*Adressat*) inom näringslivet, kongress- och turistbranschen. Inom dessa kontexter var kraven lägre på sakliga och informativt hållna framställningar. Det kan också tänkas att många av de dramatiska greppen var tänkta som humoristiska inslag med syfte att ge filmerna ett underhållande värde. Detta har förekommit även i flera av de äldre filmerna och kan också ses som ett generellt drag för många beställningsfilmer.<sup>48</sup> Det är dock uppenbart att det är tätare mellan de humoristiska och iögonfallande effekterna och inslagen än i tidigare filmer. I de äldre filmerna återfanns de också inom ramen för en större och mer sakligt orienterad framställning.

Den entreprenöriellt inriktade stadspolitikern kännetecknas av en ”följa John”-tendens, något som till exempel sociologen Jonas Lindström pekat på i sin avhandling om Rigas postsovjetiska utveckling under 1990- och det tidiga 2000-talet.<sup>49</sup> Många städer försöker framställa sig som unika på ett liknande sätt och entreprenörsurbanismen kan karaktäriseras som en slags imitationens politik. Projekt som visat sig framgångsrika i en stad kopieras ofta snabbt i andra städer, vilket bidragit till en kort livslängd

för många satsningar. Om stad A satsar på marknadsföring och bifogar en kort film om den egna staden när den ansöker om att få anordna ett evenemang känner sig även stad B, C och D tvungna att göra det. Detta kan, vill jag hävda, förklara det till synes paradoxala i att de tre filmerna å ena sidan syns sträva efter att lyfta fram Göteborgs unika kvaliteter (What is the spirit of the city? What defines it?), men att de egenskaper och attraktioner som lyfts fram och de generiska ord som används för att sälja in staden å andra sidan inte framstår som särskilt unika, utan snarare som något som skulle kunna beskriva de flesta städer. Många av de drag som kännetecknar de tre filmerna liknar de Roberts lyfter fram i sin analys av marknadsföringsfilmen *Liverpool – World in one city* från 2002.<sup>50</sup> Det gäller inte minst filmernas fragmentariska och rumsligt desorienterade uttryck med fokus på detaljer och flödet av människor och händelser och användandet av allmänt hållna slagord med syfte att skapa omedelbara och positivt laddade associationer. Det paradoxala i att staden strävar efter att marknadsföra sig som unik med hjälp av en uppsättning relativt generella attraktioner och uppmaningar kan alltså ses som en allmän trend inom entreprenörsurbanismen. Franzén, Hertting och Thörn beskriver det som att entreprenörsurbanismen ”i praktiken kommit att *standardisera en uppsättning mer eller mindre spektakulära lösningar*.”<sup>51</sup> Marknadsföringen tenderar i många städer att visa upp ett ganska likartat mönster, där betoningen under 1990- och det tidiga 2000-talet i hög grad låg på utbudet av nöjen och shopping, arenor och kongressanläggningar. De tre diskuterade filmernas funktion är kanske främst att de överhuvudtaget finns till, snarare än det faktiska budskap om Göteborg de levererar, särskilt som det kan antas att andra städer producerat liknande filmer.

### Publikhavet, folkligheten och det offentliga rummet

Ett framträdande drag i såväl filmen inför VM i friidrott som de tre senare filmerna är det sätt på vilket åskådaren tilltalas och uppmanas att känna och uppleva Göteborg på ett visst sätt. I anslaget till *Göteborg – We love you* adresseras ett ”du” som uppmanas att: ”Reach out and catch the spirit!” och i *go: Meet the world in Gothenburg* förekommer uppmaningar i stil med: ”Do your thing” och ”Amuse yourself”. I de tre filmerna adresseras åskådaren även direkt av de personer som tittar in i kameran och förkunnar att de älskar Göteborg. Staden framstår här som en plats där festen aldrig vill ta slut. Här finns inga konfliktytor, alla är med och sjunger stadens lov: stadens invånare och besökare, poliser och världsartister som tillfälligt landat i staden. Det stora publikhavet är med på noterna och ropar i kör:

”Göteborg – We love you!” Åskådaren tilltalas som en individ, ett ”du”, med löfte om att få ta del av allt det roliga och all den njutning staden har att erbjuda; ett löfte om att få ta plats i stadsrummet och bli del av den firande folkmassan och det stora publikhavet.

Filmerna har således en bred adressering och genomsyras av vad som bäst kan beskrivas som ett folkligt drag, där alla ska med och ingen ska känna sig exkluderad. Symbolerna för Göteborg är de sedan tidigare etablerade och enkelt igenkännbara: skulpturen av Poseidon i fontänen på Götaplatsen och statyn av Gustav II Adolf. I *Göteborg – The friendly city* ges statyn av den svenske kungen också liv och intygar på engelska, men med bred göteborgsk dialekt, att han älskar staden. Även användandet av kändisar som intygar sin kärlek till staden kan ses som en del av detta folkliga tema. Ett liknande drag gick att se i de filmer som diskuterades i föregående kapitel, med referenser till Göteborg som arbetarstad och där mannen på gatan intygade sin kärlek till staden. Det kan också ses som symptomatiskt att tidningen som Göteborg & Co gav ut under 1990-talet för att beskriva sin verksamhet hade namnet ”Vitsen med Göteborg”.

Ett liknande resonemang för konstvetaren och arkitekten Anders Dahlgren i en analys av Göteborg & Co:s strategiska arbete under 1990-talet.<sup>52</sup> Här diskuterar han bland annat iscensättningen av paradgatan Kungsporsavenyn under sommarfestivalen Göteborgskalaset, som arrangerats av Göteborg & Co sedan början av 1990-talet och som senare bytte namn, först till Kulturkalaset och sedan Gothenburg Culture Festival.<sup>53</sup> En uppmärksam del av Göteborgskalaset var den så kallade räkfrossan med uppdukade långbord längs med Kungsporsavenyn. Räkfrossan fungerade som ett sätt att tillfälligt låta det välbesökta evenemanget ta plats i stadens offentliga miljöer. Enligt Dahlgren förenades här ett flertal till synes oförenliga element:

Göteborg & Co gjorde här det som ingen annan ägnat en seriös tanke – att ställa ut långbord på en av de bredaste och den sannerligen mest symbolladdade gatan i staden. Här möttes högkultur och lågkultur i skön förening: den gata som normalt sett domineras av de tunga kulturinstitutionerna på Götaplatsen kom nu att intas av stereotypen för folkliga tillställningar – räkfrossan.<sup>54</sup>

Dahlgren pekar också på att evenemanget inkorporerade ett flertal typiskt göteborgska element: den för Sverige unika paradgatan Avenyn, de för Göteborg typiska spårvagnarna, på vars spår skaldjurskalaset bokstavligen tog plats, och de med Göteborg och Västkusten starkt förknippade räkorna. Slutligen lyfter Dahlgren fram den folkliga stämningen, där alla

ska inkluderas: ”I Göteborg är alla välkomna och för att alla skall få plats flyttade man ut på den största gata att tillgå. – *Knô daj in!*”<sup>55</sup> Här vill jag argumentera för att Dahlgrens läsning av räkfrossan har stora likheter med hur Göteborg & Co:s filmmaterial från samma period kan förstås. Även i de här analyserade filmerna kombineras element med olika status, vilket till exempel syns i den framträdande plats som Göteborgssymfonikerna ges i de tre produktionerna.

Enligt Dahlgren kan räkfrossan och det sätt på vilket den tillfälligt tog plats längs med stadens paradgata ses som ett tydligt exempel på det han kallar municipal situationism, som han menar att Göteborg & Co:s satsningar på att utveckla Göteborg som evenemangsstad kännetecknades av.<sup>56</sup> Begreppet är inspirerat av arkitekten Friedrich von Borries begrepp *corporate situationism*, som hänvisar till den situationistiska rörelsen under 1950- och 1960-talen, med filosofen och filmskaparen Guy Debord i spetsen.<sup>57</sup> Genom subversiva metoder som *detournement* och *derivé* försökte situationisterna utmana en genomplanerad och rationaliserad stadsmiljö och -planering genom att använda stadsrummet på ett sätt det inte var planerat för. I sin bok *Who's afraid of Niketown* visar von Borries hur de situationistiska metoderna under början av 2000-talet i allt högre utsträckning hade börjat användas av kommersiella aktörer. Genom att under en begränsad tidsperiod ta en urban miljö i anspråk på ett oväntat sätt, och samtidigt inte vara alltför explicit med aktionens kommersiella syften, hoppades dessa ofta multinationella bolag kunna ge de egna varumärkena en subversiv aura. Den kritik som situationisterna riktade mot det kapitalistiska systemet hade nu ställts på sin ända. Enligt Dahlgren kännetecknades det sätt som Göteborg & Co arbetade med stadens offentliga rum av en liknande inverterad situationism.

Även i de filmer som producerades av Göteborg & Co under samma period är det tydligt hur stadens offentliga rum tas i anspråk på ett sätt som kan läsas i ljuset av Dahlgrens begrepp, där inte minst Göteborgssymfonikerna intar en återkommande roll. I *Göteborg – We love you* finns flera scener från konserter med Göteborgssymfonikerna på Götaplatsen framför stora publikhav. Tydligast syns denna kommunala situationism i *go: Meet the world in Gothenburg* som innehåller flera montage där musiker från symfonikerna först syns spela sina instrument i konserthuset för att i nästa tagning spela på olika oväntade platser i staden: en violinist ombord på en spårvagn, en musiker med valthorn på toppen av det kontorshus vid älven som brukar kallas Läppstiftet och en kontrabasist på en brygga ute i skärgården. Ett återkommande inslag i filmen är också tagningar där personer syns bära runt på bokstäverna g, o och de två prickar





Kommunal situationism, stillbild ur *go: Meet the world in Gothenburg* (2010).

som tillsammans bildar stadens nya slogan ”go:”, lanserad året innan filmen producerades.

En central del av den entreprenöriellt inriktade stadspolitikerna har, som diskuterats, varit en förändrad syn på städernas offentliga rum som arenor för konsumtion, evenemang och restaurang- och caféliv. Städer runt om i Sverige har satsat på det som kallas stadskärneutveckling, med nya utserveringar, utformandet av nya konsumtionsstråk och gångfartsområden, inte sällan i tätt samarbete mellan kommun, fastighetsägare och näringsidkare.<sup>58</sup> I de tre diskuterade filmerna har också, som framgått, stadens offentliga rum en annan funktion än det har haft i tidigare filmer, med ett större fokus på tillfälliga evenemang och flödet av människor genom offentliga rum och miljöer i stadens centrala delar. Filmerna kan ses som del av en slags eventifiering av staden och stadsrummet. Även tidigare har evenemang, firanden och parader tagit plats längs de centrala stråken i Göteborg och varit ett motiv för filmer av olika slag. Men under 1990- och det tidiga 2000-talet började evenemangen komma med allt tätare intervaller och blev en allt viktigare del av stadens ekonomi och officiella berättelse.

Ett av de argument som socialdemokraten Göran Johansson och moderaten Tom Heyman 1988 framförde i den första motion som ledde fram till bildandet av Göteborg & Co var det faktum att många av de stora arenorna och anläggningarna ligger samlade inom ett geografiskt ganska avgränsat område i stadens centrum.<sup>59</sup> Under början av 2000-talet blev detta argument allt mer framträdande inom Göteborg & Co:s marknadsföring. Bolaget började också arbeta mer uttalat och strategiskt med att de olika evenemang som arrangerades i staden på ett påtagligt sätt skulle ta plats i stadens offentliga rum, under mottot ”Hela staden är arenan”.<sup>60</sup> Hela staden ska här förstås som det offentliga rummet i stadens centrala delar. Genom att förlägga ett evenemang, eller delar av det, till stadens centrala stråk och gator kunde det användas för att ge staden maximal medial exponering. Så skedde till exempel invigningen av friidrotts-EM 2006 på Götaplatsen i södra änden av Kungssportsavenyn och inte, som brukligt är, inne på den arena där tävlingarna genomförs.<sup>61</sup> Inför mästerskapet producerades också reklamaffischer där några av de mest kända svenska friidrottarna var placerade eller utförde sina respektive grenar på kända platser i den centrala staden.<sup>62</sup> Även under evenemanget Julstaden Göteborg, som arrangerades första gången 2004, användes en faktisk och symboltyngd husfasad på ett liknande sätt.<sup>63</sup> En viktig del av evenemanget var under flera år den så kallade ”julfilm” som under december månad projicerades mot konstmuseets monumentala och nyklassicistiska fasad vid Götaplatsen.<sup>64</sup> Att tillfälligt använda stadsrummet eller fasaden till en känd byggnad på ett oväntat sätt, genom ett faktiskt evenemang eller i en kortare film, kan också ses som en del av det spektakulära drag som kännetecknade Göteborg & Co:s filmer.

Den förändrade synen på stadens offentliga rum, som Göteborg & Co:s kommunala situationism kan ses som ett tydligt exempel på, har således tagit sig uttryck både rent konkret i det faktiska stadsrummet genom att de stora evenemangen tagit plats i staden på nya vis och i det sätt på vilket staden representeras i filmer och reklamkampanjer. Filmernas och kampanjernas rumsliga representationer, för att tala med Lefebvre, dess retorik kring hur stadens rum ska användas, får ett materiellt uttryck när tillfälliga evenemang blir en del av stadens rumsliga praktiker. Vartefter frekvensen av evenemang intensifieras blir över tid den förändrade synen på det offentliga rummet i högre grad också en del av stadens representationella rum. I Göteborg & Co:s marknadsföring under 1990- och det tidiga 2000-talet växte det alltså inte bara fram ett ökat fokus på det offentliga rummet som en arena för konsumtion, turism och evenemang. Stadsrummet, både det fysiskt reella och det representerade, fick också en

högre grad av plasticitet, något att omforma och iscensätta i marknadsföringen av staden.

Samtidigt är den här typen av bruk av stadens offentliga rum inte utan konfliktytor. I sin studie *Stad till salu* undersöker Franzén, Hertting och Thörn just vilka konsekvenser omvandlingen och den tilltagande estetiseringen av stadens offentliga rum får för dess demokratiska funktion och värde och som en plats för alla stadens och samhällets invånare.<sup>65</sup> Enligt dem har det offentliga rummet en mångfald av uttryck och funktioner: kommers, transporter och vardagliga resor, upptåg och lekfull appropriering, demonstrationer och politiska uttryck. Samtidigt finns det inte sällan en konflikt mellan olika intressen och gruppers makt och möjlighet att tillägna sig och ta plats i det offentliga. I studien argumenterar de för att den omvandling som Göteborgs och Stockholms innerstäder genomgått sedan 1990-talet har haft en exkluderande effekt på det offentliga rummet genom en tilltagande iscensättning och kommersialisering. Detta har å ena sidan skett genom disciplinära styrningsmetoder, till exempel gällande den tidvis strikta nolltoleransen mot graffiti och gatukonst i de båda städerna. Men det har också skett med mer subtila medel, där förändringar av utbudet av affärer, restauranger och caféer och omdaningar av gatornas och platsernas utformning och atmosfär på ett mer indirekt sätt signalerar vilka grupper och personer som hör hemma och inte.

Den här typen av konfliktlinjer syns också på ett, får det förmodas, omedvetet sätt i *go: Meet the world in Gothenburg*. I en kort tagning syns en ung kvinna sätta upp affischer för ett alternativt musikarrangemang på en papperskorg. Samtidigt rådde det sedan några år ett affischeringsförbud i den centrala staden förutom på speciellt uppsatta affischtavlor.<sup>66</sup> I en annan tagning syns några konstnärer klistra upp ett gatukonstverk utanför ett galleri på Andra Långgatan, samtidigt som Göteborgs stads nolltolerans mot graffiti och gatukonst hade börjat tillämpas på ett allt striktare vis under åren innan.<sup>67</sup> Även scenen där en violinist syns spela ombord på en spårvagn bör ha brutit mot förbudet att spela instrument i kollektivtrafiken och knyter an till en pågående debatt om ett förbud mot gatumusik som 2009 hade införts i delar av den centrala staden.<sup>68</sup> Här går det att se en krock mellan olika styrningsformer och mellan å ena sidan en estetisering och eventifiering och å andra sidan ett fokus på kontroll av olika former av uttryck i det offentliga rummet. Samtidigt går det att i denna spänning och i de alternativa kulturella uttryck som syns i *go: Meet the world in Gothenburg* att se början till något nytt i marknadsföringen och den audiovisuella representationen av Göteborg.

### Från folklighet till kreativitet: Evenemangsstaden ömsar skinn

I början av 1990-talet fanns det en stor osäkerhet kring Göteborgs framtida utveckling. Knappt 20 år senare var tongångarna annorlunda. Trots den globala finanskris som bröt ut under hösten 2008 sammanfattade Göteborg & Co 2009 som en stor framgång. För 18:e året i rad hade staden slagit rekord i antalet gästnätter.<sup>69</sup> Under 2009 lanserades också en ny slogan och en ny grafisk profil för bolaget och för destinationen Göteborg.<sup>70</sup> Genom att de två prickarna över ö:et i Göteborg i stället placerades mellan o och t i stadens namn skapades uttrycket ”go:” som kan fyllas på med valfritt innehåll. Med hjälp av det lilla ordet uppmanas den som tilltalas att agera och känna på ett visst sätt. Lanseringen av denna nya slogan kan ses som startpunkten för den förändring av Göteborg & Co:s arbete och audiovisuella mediebruk som kommer att diskuteras i nästa kapitel. Sloganen användes också frekvent i *go: Meet the world in Gothenburg* med uppmaningar som ”go: wild” och ”go: feel the pulse” och filmen kan ses som något av höjdpunkten för den typ av marknadsföring som Göteborg & Co bedrev under sina första två decennier. Om det under 1980-talet fanns en tveksamhet kring en alltför hårt driven marknadsföring, där Göteborg kort och gott beskrevs som en ”bra stad” i boken *Kom till Göteborg* från 1987, är Göteborg i *go: Meet the world in Gothenburg* ”A place that has it all!”. Men trots sitt bombastiska anslag och inriktning mot de stora evenemangen pekar filmen mot något nytt. Här syns spår av smalare kulturella uttryck: den unga kvinna som sätter upp affischer för ett mindre kulturevenemang, konstnärerna som klistrar upp gatukonstverk och musikfestivalen Way Out West. Även den fallskärmshoppande kvinnan som svävar ovan molnen i början av filmen kan sägas förkroppsliga en högutbildad och globalt rörlig elit som kan välja och vraka bland platser världen över. Att Göteborgskalaset några år tidigare bytt namn till Kulturkalaset och att den tidigare strikta klotterpolicyn i Göteborg började omprövas i början av 2010-talet ligger i linje med denna förskjutning.<sup>71</sup> Förändringarna ligger också i linje med den amerikanske statsvetaren Richard Floridas teorier om ”den kreativa klassen” som under samma period började få allt mer inflytande på utvecklingsarbetet i många städer, vilket kommer att diskuteras utförligare i nästa kapitel.<sup>72</sup>

Att *go: Meet the world in Gothenburg* producerades vid något av en brytpunkt lyfts också fram i *Göteborgs-Postens* kulturchefs Gabriel Byströms kritiska krönika om filmen.<sup>73</sup> Här lyfter han fram det faktum att filmen var den tredje i ordningen som producerades av Jan-Olof Fritze och fort-

sätter: ”Vid sidan av det institutionaliserade, vid sidan av den göteborgska armkrokskulturen finns en kraft som måste ges utrymme och påverkansmöjlighet. I politiken, i stadsutvecklingen, i det offentliga samtalet.”<sup>74</sup> Sedan använder Byström just Floridas begrepp, dock utan att nämna hans namn, och menar att om Göteborg i högre grad skulle ta till vara på stadens bredare flora av röster och uttryck skulle den kunna bli ”den magnet för den unga, kreativa klass som är varje stadsutvecklarens dröm”.<sup>75</sup> Sedan avslutar han: ”Då kommer nästa film om Göteborg se mycket annorlunda ut.”<sup>76</sup>

## 9. En gemensam bild av Göteborg

### Hamnstadens återkomst och staden som varumärke 2010–2015

Städers, regioners och nationers ekonomiska utveckling påverkas av många faktorer. Richard Florida [...] presenterade för några år sedan sin teori om viktiga framgångsfaktorer för tillväxt i en globaliserad och konkurrensutsatt ekonomi. Faktorerna i sig har funnits länge, men kombinationen av dem kan åstadkomma en hävstångseffekt för den ekonomiska utvecklingen. Talang, teknologi och tolerans utgör grunden i det resonemang som Florida kallar 3T. Florida menar att städer där en hög andel av befolkningen tillhör den ”kreativa klassen” har en relativt sett bättre ekonomisk utveckling. Floridas forskningsresultat är en indikation på att befolkningsmässig heterogenitet stimulerar innovativitet [Sic!] och dynamik och i förlängningen ekonomisk tillväxt.<sup>1</sup>

Citatet kommer från Göteborgs kommuns översiktsplan från 2009 och visar det inflytande Richard Floridas teorier om den kreativa klassen under början av 2000-talet fick på den kommunala politiken och utvecklingen i många svenska städer. Under samma period började Göteborg & Co:s marknadsföring, vilket diskuterades i slutet av föregående kapitel, genomgå en förändring som kan läsas i ljuset av Floridas idéer. Efter lanseringen av bolagets nya slogan ”go:” 2009 blev diskussionerna om stadens varumärke och vikten av att skapa en enhetlig bild av staden allt mer framträdande inom Göteborg & Co. Så till exempel i verksamhetsberättelsen för 2010:

Bilden av Göteborg är viktig för att stadens invånare ska känna sig stolta över och trivas i sin stad. Den är viktig för att locka hit besökare och det är den som attraherar företag att etablera sig här. Vi är många som bygger bilden av vår stad och vi är många som bär på budskapet om Göteborg i olika former. Göteborg & Co har stadens uppgift att



bidra till marknadsföringen och utvecklingen av destinationen Göteborg. I detta perspektiv arbetar bolaget aktivt och målmedvetet med bilden av Göteborg i syfte att bygga ett starkt varumärke. Den skapas i alla kontakter med omvärlden: i marknadskommunikationen, i själva produkten vi erbjuder, i miljöerna där man möter varumärket och inte minst i hur man som kund/turist/besökare blir bemött av människorna som representerar Göteborg. Vår önskade bild byggs alltså av alla, överallt. Därmed är vi alla en del av varumärket och destinationen Göteborg.<sup>2</sup>

I citatet återkommer varianter av uttrycket bilden av staden/Göteborg inte mindre än fyra gånger. Det är också denna bild av staden som sägs skapa stolthet och trivsel bland stadens invånare. Under samma period kom den digitala teknikens utveckling, med allt mer avancerade mobiltelefoner och etableringen av sociala medier som Facebook, Twitter och Instagram och plattformar som Youtube och Vimeo, att få en genomgripande påverkan på produktionen och distributionen av audiovisuellt material inom Göteborg & Co.

Föreliggande kapitel, det sista empiriska i avhandlingen, behandlar den relativt korta tidsperioden 2010–2015. Studien inleddes under slutet av denna period, och det var då en samtid som analyserades. När kapitlet och avhandlingen färdigställs under början av 2021 är det tydligt att mycket har förändrats. Det politiska klimatet är idag ett annat, både globalt och nationellt, vilket förändrat förutsättningarna för städers marknadsföring. Perioden som avhandlas i det här kapitlet ska läsas som en fortsättning på de processer som diskuterades i det föregående. Runt 2010 hade den entreprenöriellt inriktade stadspolitikerna på allvar etablerats och fick i många städer en allt bredare omfattning. Detta har till exempel Miriam Greenberg pekat på i en analys av New Yorks marknadsföring, som i spåren av 11 september 2001 och finanskrisen 2008 blev en allt mer prioriterad del av stadens arbete.<sup>3</sup> I många städer utvidgades under början av 2000-talet också marknadsföringsarbetet till att inkludera det geografen Eugene McCann kallar *policy boosterism*, det vill säga lokalt framarbetade policyer och arbetssätt inom områden som miljö, stadsutveckling och evenemang.<sup>4</sup> I spåren av det inflytande Florida fick med sina teorier om den kreativa klassen blev också kultur, kreativitet och autenticitet allt mer framträdande drag i många städers marknadsföring.<sup>5</sup>

I Göteborg inleddes under början av 2010-talet planeringen för en mer intensiv fas av den fysiska förändringen av staden, inte minst längs med de båda älvstränderna. Redan under 1990- och början av 2000-talet hade omvandlingen av de gamla varvs- och industriområdena i den centrala

staden påbörjats, framför allt längs den norra älvstranden i form av företagsklustret Lindholmen Science Park och bostadsområdet Eriksberg.<sup>6</sup> Men dessa projekt var inte särskilt framträdande i de filmer som diskuterades i föregående kapitel, som framför allt fokuserade på turism, evenemang, konsumtion och nöjen. Under det tidiga 2010-talet påbörjades planeringen och projekteringen av ett antal större stadsomvandlingsprojekt i centrala Göteborg. 2011 inleddes förarbetet till den kraftigt omdebatterade tågtunneln Västlänken under stadskärnan. Året därpå, 2012, antog kommunfullmäktige visionen för stadsomvandlingsprojektet Älvstaden, där målet var att skapa bostäder för 30 000 personer och 40 000 nya arbetsplatser till 2020, och därefter ungefär lika mycket till, längs med älvens båda stränder i den centrala staden.<sup>7</sup> I början av 2010-talet fick Göteborg & Co också i uppdrag av kommunstyrelsen att ta fram en plan för firandet av Göteborgs 400-årsjubileum 2021. Jubileet kan ses som en parallell till firandet av Göteborgs 300-årsjubileum och den två år försenade jubileumsutställningen som arrangerades 1923, då ett flertal betydande byggnadsverk i Göteborg uppfördes. Även till 400-årsjubileet knöts ett antal byggnads- och omvandlingsprojekt, som till exempel en ny broförbindelse över fastlandet och Hisingen för att ersätta Götaälvbron, samt ett flertal delprojekt inom Älvstaden.

★

I första halvan av föreliggande kapitel analyseras de förändringar som Göteborg & Co:s användning av audiovisuellt material genomgick under åren 2010–2015, med fokus på fyra kortare filmer och marknadsföringskampanjer. I andra halvan analyseras den fyra minuter långa filmen *Hållbar stad öppen för världen* som producerades 2015 på beställning av kommunikationsavdelningen på stadsledningskontoret i Göteborg. Hur förändrades representationen av Göteborg? På vilket sätt kan förändringarna ses i relation till den entreprenöriella stadspolitikens utvidgning och Floridas teorier om den kreativa klassen? Hur påverkades produktionen och distributionen av audiovisuellt material av den digitala teknikens utveckling? Utöver tryckt material bygger analysen även på tre intervjuer, två med företrädare för Göteborg & Co och en med en tjänsteman på kommunikationsavdelningen på stadsledningskontoret. Innan analysen tar vid följer en presentation och diskussion om Floridas teori och det inflytande den har haft på stadspolitikerna runt om i världen.

## Den kreativa klassen och konstruktionen av autenticitet

Enligt Floridas teori om den kreativa klassen, som lanserades i boken *The rise of the creative class* från 2002, är kreativitet den drivande kraften i den nya ekonomin.<sup>8</sup> För att lyckas i den globala konkurrensen måste städer och regioner, enligt Florida, satsa på att locka till sig den arbetskraft som besitter denna kreativitet. Det han kallar den kreativa klassen inkluderar allt från forskare och ingenjörer till konstnärer och kulturarbetare; alla som på något sätt jobbar med att utveckla nya idéer och koncept. Självförverkligande beskrivs som lika viktigt som ett välbetalt jobb för personer ur denna grupp. I stället för att bara försöka locka till sig stora företag måste städer därför satsa på att skapa ett spännande och dynamiskt klimat. Florida menar vidare att personer ur denna grupp i liten utsträckning lockas av den typ av stora evenemang och arenakultur som många städer satsade på under slutet av 1900-talet och början av 2000-talet. I stället söker de alternativa och småskaliga kulturella uttryck utanför de etablerade institutionerna, samt autentiska upplevelser och stadsmiljöer. Florida lanserade också tre ”T:n” som centrala för en stads framgång i den kreativa ekonomin: ”talang”, ”teknik” och ”tolerans”. De framgångsrika städerna har, enligt Florida, inte bara en välutbildad arbetskraft och en koncentration av välmående företag, utan också ett tolerant kulturellt klimat och en sexuell och etnisk mångfald.<sup>9</sup>

Teorin om den kreativa klassen har framgångsrikt sålts in till politiker i städer runt om i världen, men har samtidigt kritiserats för att vara dåligt empiriskt underbyggd och för att konceptet är en grov förenkling av komplexa processer, där betydelsen av den lokala kontexten underbetonas.<sup>10</sup> Florida har även fått kritik för avsaknaden av maktperspektiv och för att satsningar på den kreativa klassen riskerar att göra redan socialt ojämlika städer än mer polariserade. Urbanforskaren Brenda Parker har till exempel pekat på hur Florida återkommande understryker hur hans teori syftar till att betona och utveckla alla människors och samhällets kreativitet.<sup>11</sup> Detta undergrävs dock enligt Parker genom att vissa personer, oftast kodade som manliga och vita, lyfts fram som mer kreativa än andra och som särskilt attraktiva för städer att locka till sig. 2017 publicerade Florida boken *The new urban crisis* där ingången är en annan.<sup>12</sup> I boken lyfter han fram några av de problem som städer runt om i världen brottas med och som forskare tidigare argumenterat för att Floridas teorier till stor del bortsett från: gentrifiering, skenande bostadspriser, samt ökad social ojämlikhet och polarisering. Det intressanta för diskussionen i det här

kapitlet är inte det vetenskapliga värdet i Floridas arbeten, utan det sätt på vilket de fick inflytande på den kommunala praktiken kring stadsutveckling och marknadsföring i en stad som Göteborg.

Inom filmvetenskapen har Floridas teori framför allt diskuterats i relation till städers satsningar på att etablera och stärka lokal filmindustri. Detta både som ett sätt att skapa arbetstillfällen inom kreativa näringar, och därigenom attrahera den kreativa klassen, och som en del av stadens marknadsföring med förhoppning om att locka turister att besöka platser som förekommer i filmer som spelats in på orten.<sup>13</sup> Som en del av regionalisering av den svenska filmbranschen från början av 1990-talet och framåt har det även i Göteborg och Västra Götalandsregionen vuxit fram en allt livskraftigare filmindustri, inte minst med koppling till Film i Väst i Trollhättan, som finansieras av bland annat Göteborgs kommun.<sup>14</sup> 2013 beslutade kommunstyrelsen i Göteborg också om en ny satsning för att skapa bättre förutsättningar för filmproduktion i staden och för att öka möjligheten till inspelning på plats i offentliga rum och miljöer.<sup>15</sup> Tio miljoner årligen avsattes för satsningen och i handlingsplanen uttrycktes att målet för projektet var att Göteborg och Västsverige 2021 skulle vara: ”både ett filmens kreativa centrum och den självklara inspelsplatsen för intressanta, viktiga och framgångsrika filmer med publik världen över. Ett kreativt filmcentrum påskyndar samtidigt utvecklingen av de övriga kulturella och kreativa näringarna i regionen och staden.”<sup>16</sup> Även satsningens betydelse för att utveckla destinationen Göteborg och dess varumärke betonades och Göteborg & Co lyftes fram som en viktig aktör i projektet med ansvar för evenemang och filmturism.<sup>17</sup> Detta ligger dock utanför den här avhandlingens ramar. Mest intressant för den här studien är i stället hur den förändrade representationen av Göteborg under början av 2010-talet kan förstås i ljuset av Floridas inflytande.

I teorin om den kreativa klassen kritiserade Florida just den typ av satsningar på arenor och storskaliga evenemang som Göteborg lagt stor kraft på under 1990- och början av 2000-talet. Av särskild vikt för den följande diskussionen är betoningen av autenticitet inom Floridas teori, vilket inte ska förstås som ett reellt värde, utan som en kulturell konstruktion i ständig omvandling. Diskussionen om autenticitet i den postfordriska staden är inte unik för Florida. Urbansociologen Sharon Zukin har i flera arbeten analyserat konstruktionen och konsumtionen av autenticitet och autentiska stadsmiljöer, inte minst i relation till gentrifieringsprocesser i New York, och hur tidigare arbetarklassstadsdelar samt hamn- och industrimiljöer fått ny estetisk laddning som områden för konsumtion, turism och boende för en välbeställd medelklass.<sup>18</sup> Det centrala för Zukin

är hur autenticitet hela tiden konstrueras i en kulturell process där vissa delar av det förflutna lyfts fram, omvärderas och i förlängningen får ett större ekonomiskt värde. Etnologen Robert Willim har på liknande sätt lanserat begreppet *industrial cool* som ett sätt att beskriva denna estetiska omvärdering av industrisamhällets miljöer.<sup>19</sup> I en studie av omvandlingen av området Kvillebäcken i Göteborg har Holgersson samtidigt visat hur småskaliga industrimiljöer som inte besitter de rätta kvaliteterna för att kunna uppfattas som ”coola” sällan anses värda att bevara i stadsomvandlingsprocesser.<sup>20</sup>

### Egen, äkta och genuin

Det förändringsarbete som Göteborg & Co:s marknadsföring genomgick under åren kring 2010 konkretiserades i bolagets affärsplan för åren 2012–2014, som också var ett avstamp inför firandet av Göteborgs 400-årsjubileum 2021.<sup>21</sup> I planen utvecklades de ovan citerade tankegångarna kring bilden av Göteborg och arbetet med att skapa en ny gemensam kommunikation för Göteborg & Co och alla andra aktörer som på ett eller annat sätt arbetar med turism i Göteborg presenterades. Här diskuterades det faktum att många av stadens attraktioner också går att finna i andra liknande städer samt att bolaget och andra aktörer som marknadsför Göteborg måste bli bättre på att ringa in och tydliggöra det unika med just Göteborg. Det betonades också att arbetet måste ske med större samordning så att alla som marknadsför staden gör det med en gemensam röst och på så sätt skapar en tydlig och enhetlig bild av staden. I detta arbete lyftes det fram som allt viktigare att särskilja Göteborgs egenskaper och skapa en mer autentisk bild av staden:

Att inte vara som de andra, betyder inte att vi gör spektakulära, konstiga saker. Det betyder ibland bara att vi inte riktigt gör som förväntat. Men det gör oss till det mest intressanta man kan vara idag: *egen*, äkta och *genuin*. Som sjöfartsstad öppen mot världen har vi alltid gillat det egna och egensinniga. Och i dagens samhälle behöver vi de många idéerna, de många människorna, de olika människorna, mer än någonsin. Därför kan vi, på vårt alldeles egna sätt, vara en ledare bland städer.<sup>22</sup>

Betoningen av mångfald och av att vara ”egen, äkta och genuin”, utan att för den skull göra ”spektakulära och konstiga saker”, ligger på ett tydligt sätt i linje med Floridas idéer om den kreativa klassen. Samtidigt finns det något paradoxalt i att betona stadens egensinnighet men att behöva paketera den så att alla som jobbar inom turistbranschen marknadsför

Göteborg på samma sätt. Arbetet med att skapa en mer enhetlig marknadsföring av staden kan ses som ett uttryck för ett allt starkare behov av att kontrollera dess varumärke och styra hur bilden av den kommuniceras. Det bör även betonas hur Göteborgs historia som hamnstad återigen lyfts fram och hur ett ”vi” genom denna historia konstrueras för att skapa en bild av en stad som sticker ut från mängden, med invånare som är originella och öppna för världens influenser. Även den roll som stadens invånare tillskrivs bör framhållas. Å ena sidan lyfts de fram som en målgrupp (*Adressat*) för varumärket, där en attraktiv bild av Göteborg behövs för att de ska känna stolthet över och trivas i staden. Å andra sidan får det förmodas att även invånarna inkluderas som en del av de miljöer där besökarna möter varumärket och därmed själva bidrar till att legitimera det.

Som en del av arbetet med att skapa en enhetlig marknadsföring lanserade Göteborg & Co 2013 en ny plattform för detta ändamål under namnet *One voice*.<sup>23</sup> För att konkretisera satsningen och kommunicera den tonalitet som skulle genomsyra all kommunikation producerades en knappt tre minuter lång film med samma namn som plattformen, som riktade sig internt till alla aktörer inom turistbranschen i Göteborg.<sup>24</sup>

### *One Voice* (2013)

Till långsam, knastrande, elektronisk musik, inleds filmen med en scen från skärgården. På håll över vattnet och under den lätt molnbeslöjade himlen sträcker sig skärgårdens låga klippor som ett smalt horisontellt band över bilden. Framför klipporna sticker en ensam kantmarkeringsfyr upp ur havet. Färgskalan, som ska komma att genomsyra filmen, är dov, grått och blått med inslag av rött. I nästa tagning sticker några klippor upp ur vattnet i bildens förgrund och i bakgrunden, bortanför den låga skärgårdsterrängen och under den skira tunt molnbeklädda himlen som solens strålar nästan är på väg att bryta igenom, skimtar hamnkranar och ett containerfartyg. Tagningarna är gjorda i rörelse med subjektiv kamera och filmade från en båt på väg in mot staden. För varje tagning blir hamn- och sjöfartsstaden genom sina konstruktioner och materiella objekt allt mer påtaglig: containrar och lastfartyg, en mindre och enklare båt omgiven av måsar, Älvsborgsbrons betong- och stålkonstruktion ur grodperspektiv. Sedan följer ett antal tagningar från den inre hamnen och de båda älvstränderna samtidigt som en kvinnlig speakerröst börjar introducera staden:

Det här är Göteborg. Vi är ingen huvudstad med monument som lockar folk från fjärran. Vi har inga magnifika byggnader som sträcker sig mot





Stillbild ur *One voice* (2013).

himmelen. Vi är inte störst eller bäst. Men det är inte vårt mål. Det har det aldrig varit. Vi har aldrig tänkt på det sättet. Aldrig jämfört oss med andra. Vi är dom vi är och vi gör saker på vårt sätt.

Därefter följer ett antal tagningar från olika delar av framför allt den centrala staden. På liknande sätt som i filmens inledning är många av tagningarna gjorda med subjektiv kamera i rörelse. Närbilder på detaljer eller delar av historiska monument och av skyltar till institutioner, affärer och hotell, blandas med ett urval av evenemang och gatumiljöer: löpare som kämpar sig uppför Älvsborgsbron under Göteborgsvarvet, publikhavet under en konsert på Way Out West i Slottsskogen, en liten festival i skärgården, åskådare på en landskamp i fotboll, en konsert med Göteborgssymfonikerna. En grupp barn och ungdomar i fjäderskrudar dansar på vad som verkar vara ett förortstorg, bakom ett stängsel står fabriksnya Volvobilar uppställda och på ett klädföretag ritas en skraddare upp nya kollektioner. En grupp förskolebarn är på utflykt och i läsesalen på Handelshögskolans bibliotek syns studenter i full koncentration. Samtidigt fortsätter speakerrösten:

Vi vill vara öppna mot världen. Våga prova. Våga misslyckas. Och våga vinna. För ur den viljan föds både världsföretag och unika idéer. Göteborg ska vara en stad där visioner får chans att lyfta. Vi vill vara en plats där kreativitet kommer ur att varje individ kan vara sig själv.

Där kulturen är till för alla. I Göteborg ska alla våga drömma och skapa framtiden av egen kraft och med hjälp av andra. Här ska kunskap kunna växa både på och utanför de stora institutionerna. Här ska både individer och stora organisationer kunna mötas. Evenemangen må vara storslagna och höras till andra sidan jorden, men ännu viktigare är att det finns en hel stad som står bakom och upplevelser skapas som inte går att hitta någon annanstans. För den här staden är till för både oss som lever här och alla de som kommer hit på besök. Vi går vår egen väg och vi gör det tillsammans. Det här är vårt Göteborg.

Filmen avslutas med några tagningar där en ung kille och en ung tjej sitter på en stenmur vid Masthuggskyrkan uppe på Masthuggsberget. I den sista tagningen rör sig kameran så att de försvinner ur bild. I stället breder staden ut sig nedanför utsiktspunkten och längre västerut, bortom Älvsborgsbron, skymtar havet under en grå himmel. Tagningens skärpedjup kortas så att bakgrunden kommer ur fokus och med blå bokstäver skrivs stadens, eller snarare "destinationens", namn ut: "go:teborg".

### Hamnstadens (visuella) återkomst

Kontrasten mellan *One voice* och Göteborg & Co:s äldre filmer är slående. Det första som speakerrösten understryker är vad Göteborg *inte* är och *inte* försöker vara, att ambitionen inte är att vara störst och bäst och heller aldrig har varit det. Göteborg är inte längre "A place that has it all!" (*go: Meet the world in Gothenburg*) och jämförs inte längre mot en lista på de attraktioner som varje stor turistdestination måste ha (*Göteborg – The friendly city* och *Göteborg – We love you*). I bolagets äldre filmer var hamnstaden i stort sett frånvarande och inte heller här nämns Göteborgs historia och nutida roll som hamnstad uttryckligen av speakerrösten. Men genom den centrala plats hamnstadens kranar, stora fartyg och containrar intar under filmens inledning är det tydligt att de har en viktig betydelsebärande funktion. Här är hamnen dock inte så mycket en plats präglad av arbete eller produktion. Snarare ligger fokus på hamnens fysiska objekt och konstruktioner. Först i den femtonde tagningen efter ungefär fyrtio sekunder syns några människor tydligt i bild. Här har kranarna och containrarna blivit objekt som ges en estetisk laddning, vilket ligger i linje med den omvärdering av industrisamhällets byggnader och miljöer som Zukin och Willim har diskuterat. De samspelar också med både den knastrande elektroniska musiken och med filmens färgskala i grått och blått och det om inte dåliga, så i vart fall gråa och disiga, vädret.

Om speakerröstens beskrivning av staden till en början framstår som klädsamt anspråkslös blir den efterhand allt mer ambitiöst omfattande. Inflytandet från Florida är svårt att direkt belägga, men framställningen av en stad där det produceras visioner och unika idéer, som präglas av kreativitet och öppenhet och som går sin egen väg, ligger väl i linje med hans teorier. Även estetiskt och i det sätt på vilket bilden av staden konstrueras är det tydligt att det har skett förändringar som kan läsas i ljuset av Floridas idéer. Det är påtagligt att det har skett en rörelse bort från de konstgjorda och spektakulära drag som genomsyrade de tre tidigare filmerna som Göteborg & Co producerade. I *One voice* finns ingen pålagd icke-diegetisk text med slagord som uppmanar åskådaren att känna på ett visst sätt och ingen tittar in i kameran och intygar sin kärlek till staden. De stora evenemangen har inte heller någon särskilt framträdande plats, även om de förekommer. Snarare framställs de med gott självförtroende närmast som en bisak: ”Evenemangen må vara storslagna och höras till andra sidan jorden...” De tidigare filmerna fokuserade i hög grad på det offentliga rummet och de stora publikhaven, men här finns en starkare betoning av de fysiska strukturerna och detaljer av statyer, monument och byggnader. I tagningarna från det offentliga rummet syns ofta personer i grupp om två eller tre, inte sällan filmade bakifrån och i ganska vardagliga situationer, till exempel där två män sitter på huk och tittar in under en stillastående bil som verkar ha gått sönder eller där en grupp cyklar färdas genom Vasagatans allé.

I filmen uttrycks en strävan efter att skapa en gemenskap där alla står enade och jobbar tillsammans för stadens bästa. Filmen producerades i första hand för aktörer (*Adressaten*) inom turistbranschen i Göteborg, och var aldrig ämnad att visas för externa målgrupper. Dess syfte, dess *Anlass*, var således att skapa lokal sammanhållning och presentera den nya gemensamma tonaliteten internt, snarare än att marknadsföra staden för externa målgrupper. Skillnaden mot Göteborg & Co:s tidigare filmer bör förstås mot denna bakgrund. Samtidigt är det tydligt att *One voice* skapade en ny standard för marknadsföringen och bruket av audiovisuellt material inom Göteborg & Co.

### Databasen och den flyktiga stadsfilmen

Expansionen av sociala medier och nya digitala plattformar under det tidiga 2010-talet kom att få stor inverkan på Göteborg & Co:s produktion och distribution av audiovisuellt material. Under denna period blev det en allt mer omfattande och viktig del av bolagets marknadsföringsarbete.<sup>25</sup>

Det fortsatte att vara ett återkommande inslag i bolagets presentationer och ansökningar om att få anordna evenemang och kongresser, men genom de nya distributionskanalerna blev även enskilda turister en allt viktigare målgrupp. Vid denna tid köpte bolaget in egen enklare inspelningsutrustning och i stället för att anlita externa bolag kom allt mer material att produceras inom den egna organisationen. Detta möjliggjorde en snabbare produktionstakt av kortare filmer. Framställningen av detta material tog i hög grad utgångspunkt i en stor databas med rörligt bildmaterial som bolaget skapade i samband med lanseringen av marknadsföringsplattformen och filmen *One Voice*.<sup>26</sup> Materialet i databasen, som från början innehöll drygt 2 000 kortare filmklipp, spelades till största delen in under 2013, men inkluderade även visst material från *go: Meet the world in Gothenburg* och andra äldre filmer. Med hjälp av databasen kunde små korta audiovisuella objekt snabbt och enkelt produceras för enskilda mindre evenemang, kongresser och kampanjer, och med lätthet spridas i olika digitala kanaler riktade direkt mot enskilda besökare och turister.

Inför den större inspelningen av material till databasen gjordes en noggrann planering av vad som skulle filmas och de olika tagningarna taggades med nyckelord som ”skärgård”, ”sommar” eller ”vatten”. I databasen återfanns dels enskilda tagningar om cirka tio sekunder, som det också var möjligt att använda en mindre del av. Det fanns även en del längre färdigredigerade sekvenser. När nytt material spelades in lades ett urval av det in i databasen. När det gäller spridningen av en film på olika kanaler användes framför allt Vimeo för att därifrån kunna bädda in den på andra sidor. På Vimeo kunde också tagningar i en film vid behov bytas ut, tas bort eller läggas till, och då ändrades det på alla ställen där filmen var inbäddad. Filmmaterialet laddades även upp på Youtube för att öka sökbarheten och spridningen.

Redan när det gäller de tre första filmerna som Göteborg & Co producerade, som diskuterades i föregående kapitel, skapades databaser av audiovisuellt material som kunde användas för att sätta ihop nya skräddarsydda versioner. Samtidigt är det tydligt att de nya distributionskanalerna och den enklare och billigare tekniken skapade förutsättningar för en snabbare och mer frekvent återkommande produktion och distribution av audiovisuellt material. Även om bruket av rörlig bild inom Göteborg & Co redan under 1990- och det tidiga 2000-talet kännetecknades av en flyktighet, kom det att bli ett än mer framträdande drag under 2010-talet. En tydlig skillnad som understryker detta är att materialet i allt lägre grad kan ses som klart definierade verk med tydliga upphovspersoner. Huvudversionerna av de tre tidigare filmerna hade alla specificerade



titlar och i filmerna angavs såväl regissör som andra produktionsuppgifter. Det verkar även ha funnits en viss prestige kopplad till filmerna som premiärvisades på biograf och vann priser vid internationella beställningsfilmstävlingar. De filmer som började produceras under 2010-talet var i de flesta fall kortare än de filmer som Göteborg & Co tidigare producerat. De kännetecknades också på ett mer påtagligt sätt både av den flyktighet såväl som den namnlöshet som varit karaktäristisk för många mindre prestigefyllda beställningsfilmsproduktioner genom åren.

Den förändring som Göteborg & Co:s produktion och distribution av audiovisuellt material genomgick under början av 2010-talet kan på ett tydligt sätt förstås i relation till flera av de egenskaper hos nya medieobjekt som Manovich diskuterat. Även om flera av dessa drag även var synliga under 1990- och början av 2000-talet framstår de nu som än mer signifikanta. För det första får databasen en allt mer framträdande roll för att sätta samman skräddarsydda filmer för specifika evenemang och kampanjer, där somligt nytt material spelas in och somligt plockas från databasen. Manovich skriver:

In the course of production, some elements are created specifically for the project; others are selected from databases of stock material. Once all the elements are ready, they are composited together into a single object; that is, they are fitted together and adjusted in such a way that their separate identities become invisible. The fact that they come from diverse sources and were created by different people at different times is hidden. The result is a single seamless image, sound, space or scene.<sup>27</sup>

Det material som lades in i databasen försågs med förutbestämda etiketter och därigenom skapades en grund med argument och teman, eller topiker, kring staden, som sedan kontinuerligt, eventuellt tillsammans med visst nytt material, kunde sättas samman till nya produktioner. En central del av förfarandet var också den modulerbarhet och variabilitet som Manovich pekar ut som ett centralt drag för nya medieobjekt, där små ändringar vid behov kunde göras i en redan uppladdad film, utan att behöva ändra hela filmen. Ändringarna skedde sedan automatiskt på alla de platser där filmen ifråga var uppladdad.

#### Väder, vind och autenticitet

Under det tidiga 2010-talet förändrades inte bara produktions- och distributionsförfarandet för Göteborg & Co:s användning av audiovisuellt material. Även inriktningen på bolagets kampanjer och evenemang kom att förskjutas i linje med den nya profil som etablerades med *One voice*.



Reklambild från kampanjen *go: Feel the breeze* (2014).

Under våren 2014 lanserades två kampanjer och evenemang som illustrerar detta och som också pekar på en expansion av Göteborg som turistdestination. Kampanjen *go: to Sea* beskrevs som en "hyllning till havet". Under några februariveckor anordnades ett antal evenemang på detta tema med fokus på det havet har att erbjuda i matväg.<sup>28</sup> Kampanjen var en del av Göteborg & Co:s satsningar inför 400-årsjubileet 2021 och kom att få nya upplagor under de kommande åren. Genom att lyfta fram stadens utbud av fisk och skaldjur syftade den till att locka besökare till Göteborg även under vintermånaderna. Den korta film som presenterade kampanjen består till stor del av tagningar som också användes i *One voice*, med en pålagd kvinnlig speakerröst som konstaterar: "Det iskalla havet bjuder på råvaror som gör att det finns all anledning att trotsa snålblåst och snöslask".<sup>29</sup>

Även i kampanjen *go: Feel the breeze* låg betoningen på stadens närhet till havet och på det klimat denna närhet skapar.<sup>30</sup> På bilden till kampanjens affisch, som också används som startbild i dess korta reklamfilm, syns en ung kvinna stå vid relingen på en båt. Hon ler, har lätt slutna ögon och sträcker ut sina armar för att möta brisen från havet.



Bilden går i samma dova färgskala som genomsyrade *One voice*. I bakgrunden på andra sidan älven syns hamnkranar och de stora fartygsdockor som vid denna tid fortfarande låg i den inre hamnen. Beroende på syftet med en viss film, vem den riktar sig till och rådande diskurser kring staden kan således vädret ges olika innebörder och användas för att konstruera bilden av staden på skilda sätt. I filmerna från såväl 1950- och 1960-talen som 1990- och 2000-talen framstår Göteborg som en stad där solen alltid skiner. I *Göteborg – Hjärtpunkt i Norden* från 1964 påstods det till exempel att Göteborg var den soligaste storstaden norr om alperna och en återkommande invändning mot Göteborg & Co:s tidigare filmer var just ett alltför stort fokus på soliga sommardagar. Filmen *Gothenburg goes offshore* från 1981, som diskuterades i kapitel 7, genomsyrades tvärtom av ett tufft havsklimat och det hårda vädret användes som ett sätt att konstruera göteborgaren som en särskilt härdad typ, ytterst lämpad att arbeta i krävande förhållanden ute till havs. När det gäller filmerna till kampanjerna *go: to Sea* och *go: Feel the breeze* vill jag argumentera för att diset, regnet och vindarna fungerar som ett sätt att understryka konstruktionen av Göteborg som en opolerad hamnstad, men med ett spännande kulturliv och exklusiva matprodukter från havet, tydligt i linje med Floridas teorier. Att erkänna västkustens opålitliga väder blir därmed både ett sätt att skapa en mer autentisk aura kring staden och ett sätt att framställa själva marknadsföringen som mer ärlig.

Att marknadsföringen och användningen av rörlig bild inom Göteborg & Co var inne i en förändringsprocess underströks i den intervju som jag 2014 genomförde med bolagets dåvarande redaktör för hemsidan *goteborg.com*, som även var ansvarig för produktionen av audiovisuellt material internt inom Göteborg & Co.<sup>31</sup> Han förklarade bland annat att det fanns en vilja att distansera sig från den estetik som kännetecknat de äldre filmerna som producerats av Göteborg & Co och att komma bort från det påklistrade tilltalet, där folk tittar in i kameran och vinkar. I stället fick det ”gärna vara lite dokumentärt”, med en känsla av rörlig och handhållen kamera, där man jobbade med att försöka använda oväntade vinklar, växla mellan kort och långt skärpedjup, filma i motljus, och använda miljöljud i form av till exempel måsar och spårvagnar. Han förklarade också att ”det får gärna vara lite skitigt”. Detta ligger väl i linje med Zukins studier, där hon visat hur ordet *gritty*, ruffig eller skitig på svenska, blivit ett slags kodord i resereportage och artiklar för att beskriva en ”ny” spännande stadsdel eller stad som har börjat attrahera konstnärer och kulturarbetare och är på väg att genomgå en gentrifieringsprocess.<sup>32</sup>

I Göteborg & Co:s audiovisuella material från början av 2010-talet syns en strävan efter att konstruera en mer autentisk bild av staden. Detta står i tydlig kontrast till bolagets äldre filmer, vilket ska förstås i relation till bredare internationella trender inom stadsutveckling. Denna ambition tog sig uttryck på flera sätt, som till exempel att ge hamnstadens kranar och containrar en ny laddning, samt att erkänna kuststadens opålitliga väder och låta det samspela med filmernas dova färgskala. Vidare genom att filma personer från sidan eller bakifrån och använda rörlig, ofta subjektiv kamera, som om åskådaren rörde sig i en bil eller båt genom staden. Filmernas ”dokumentära känsla”, och autenticitet, skapades alltså genom ett antal stilistiska val. Arbetet med att skapa en gemensam tonalitet för marknadsföringen handlade, sammanfattningsvis, både om att *konstruera* och om att *kontrollera* den autentiska bilden av staden.

2015 lanserade Göteborg & Co kampanjen *This is my Gothenburg*, som pekar på ytterligare en strategi i strävan efter autenticitet: att låta invånarna själva visa upp sin stad.<sup>33</sup> Till projektet bjöds ett tiotal unga vuxna in för att filma och ge sin bild av Göteborg. Resultatet presenterades i tio korta filmer. På Göteborg & Co:s Youtube-kanal presenterades kampanjen på följande vis: ”We asked young people to take to the streets with their cameras. The rules were easy: show us your Gothenburg. No make-up, no frills. Just the real thing. This is what we got. This is Gothenburg. #thisisgbg.”<sup>34</sup> Citatet och hela kampanjen andas en strävan efter autenticitet, som iscensätts genom att skapa intrycket av att deltagarna visar upp sin ofiltrerade vardag, där allt är helt fritt och tillåtet. Men både i urvalet av medverkande och i de färdiga filmerna är det uppenbart att kampanjen på ett tydligt sätt kan kopplas till Florida-inspirerade idéer om en kreativ och autentisk stad. De tio deltagarna inkluderade bland annat två skateboardentusiaster, en musiker och student från New York som bosatt sig i Göteborg, en ung konstnär vars film presenterades under rubriken ”En stad av kreativt kaos” och en rappare och breakdance-dansare uppvuxen i Hammarkullen.

Filmernas uttryck ligger i linje med konceptet *One Voice* och autenticiteten iscensätts stilistiskt genom handhållna kameror, direktupptaget ljud, slarvig redigering, och pålagt slitage. Det är påtagligt hur den bild av staden som deltagarna bidrar med paketeras på ett sätt som ligger nära tonaliteten inom *One voice* och de element som vid denna tidpunkt signalerade autenticitet och kreativitet. Även denna kampanj kan således ses som ett tydligt exempel på hur den autentiska bilden både konstrueras och kontrolleras. Och som Jamie Peck understryker i sin diskussion om Floridas teorier så blir det allt viktigare för städer just att involvera

medborgarna i marknadsföringen, eftersom det ger den en högre grad av autenticitet. Politikerna och tjänstemännen kan inte själva skapa det ”coola”.<sup>35</sup> På liknande sätt påpekade Harvey redan i sin klassiska text om den framväxande entreprenöriella stadspolitikerna från slutet av 1980-talet hur försöken att skapa en lokal gemenskap med hjälp av stadens invånare kan fungera som ett sätt att skyla över intressekonflikter i stadens utveckling: ”Om alla, från punkare och rappare till ’yuppies’ och överklass, kan delta i skapandet av stadens image kan alla känna någon form av tillhörighet till platsen.”<sup>36</sup>

### Berättelsen om Göteborg: *Hållbar stad öppen för världen (2015)*

Våren 2014 fattade kommunstyrelsen i Göteborg beslut om en ny kommunikationsstrategi för kommunen och alla dess verksamheter.<sup>37</sup> En ny slogan, eller, som det kallades, ett nytt ”huvudbudskap”, lanserades också: ”Hållbar stad öppen för världen”. Som ett sätt att konkretisera budskapet och den nya strategin presenterades ett år senare det som benämndes som en ”officiell presentationsfilm” för Göteborg.<sup>38</sup> Om Göteborg & Co:s arbete, som hittills diskuterats i det här kapitlet, i första hand syftade till att marknadsföra Göteborg som turist- och kongressstad omfattade den nya kommunikationsstrategin alla kommunens verksamheter, förvaltningar och bolag, det vill säga allt från bostadsförsörjning, skola och omsorg till kultur, turism och näringslivsutveckling. I kommunstyrelsens direktiv för att utreda den nya kommunikationsstrategin definierades dess syfte som:

...att bättre synliggöra det arbete som görs inom stadens olika verksamheter. Med hjälp av systematisk, samlad och konsekvent kommunikation kan vi skapa sammanhang och förståelse både internt och externt för stadens arbete, och på så vis förtydliga och stärka bilden av Göteborg. En gemensam kommunikationsstrategi bidrar också till att skapa bilden av Göteborg, *en stad*.<sup>39</sup>

Här lyftes det också fram både hur kommunikationsstrategin är något som ”kommer att stärka stadens varumärke” och ”underlätta för verksamheterna i sitt dagliga arbete och internationellt”. Det diskuterades vidare att strategin skulle utvecklas i relation till Göteborg & Co:s marknadsföring av destinationen Göteborg, arbetet med stadens 400-årsjubileum 2021 och visionen för stadsutvecklingsprojektet Älvstaden. Som en del av förarbetet med strategin gjordes även en omvärldsanalys där det presenterades hur två svenska städer, Malmö och Stockholm, och tre

städer från övriga Europa, Manchester, Lyon och Rotterdam, ”arbetar med sin strategiska kommunikation mot boende, besökare och företagare, samt sin profilering.”<sup>40</sup> Här beskrivs det också hur gemensamma kommunikationsstrategier, varumärkesplattformar och visioner närmast ses ”som en hygienfaktor av de andra städerna”.<sup>41</sup> När det gäller de svenska städerna, så diskuteras i Stockholms fall till exempel stadens ”Vision 2030 – Ett Stockholm i världsklass”, som alla stadens nämnder och bolag ska arbeta efter, och stadens budskap/slogan ”The Capital of Scandinavia”.<sup>42</sup> När det gäller Malmö pekas det på hur staden har kopplat mycket av sin externa kommunikation till de stora stadsomvandlingsprojekt som genomförts i staden, så som Västra Hamnen, Turning Torso och tidigare Öresundsbron. Det beskrivs också att Malmö inte har något huvudbudskap för sin kommunikation, men att kommunen ”jobbar mycket med storytelling och att hitta spännande berättelser om staden”.<sup>43</sup>

Av de utländska städerna får Manchester särskilt stort utrymme i omvärldsanalysen. Till skillnad från beskrivningen av de andra städerna, som är skrivna av projektrapportens författare så är delen om Manchester skriven av företaget Tendensor, som beskrivs som ”experter på platsmarknadsföring”.<sup>44</sup> Genomgående används i denna del begreppet varumärke snarare än kommunikation, med ord som ”varumärkesstrategi”, ”varumärkesplattform”, ”varumärkesvision” och ”varumärkesidentitet”. Manchester beskrivs som ett framgångsrikt exempel på en stad som omvandlats från en industristad på fallrepet till att genom ett genomgripande varumärkesarbete attrahera turister, arbetskraft och nya företag. Det lyfts också fram som en styrka att varumärkesstrategin används av alla viktiga aktörer i staden och ”mot alla de huvudsakliga målgrupperna: turister, investerare, talang och de som redan bor i staden.”<sup>45</sup> I analysen lyfts det fram som ”en negativ faktor” att Manchester, trots det som beskrivs som dess framgångsrika varumärkesarbete, är Storbritanniens mest segregerade stad. En lärdom är därför ”att frågor kring etnisk och social integration måste hanteras för att kunna skapa långsiktiga möjligheter för attraktivitet och varumärkesbyggande, och att Manchesters fokus på de egna medborgarnas livskvalitet därmed framstår som både logisk och sympatisk.”<sup>46</sup>

Om den gemensamma plattformen för marknadsföring som Göteborg & Co lanserade 2013 syftade till att skapa en enhetlig bild av turiststaden Göteborg, har det här skett en förskjutning till att paketera, profilera och skapa en enhetlig bild av hela den kommunala verksamheten, både internt inom organisationen och mot såväl stadens invånare som målgrupper utanför staden. Denna förskjutning ligger i linje med Greenbergs analys av hur marknadsföringen och profileringen av New York under det tidiga

2000-talet blev en allt mer framträdande del av stadens arbete och började inkludera allt fler delar av dess verksamheter, där även stadens invånare framhölls som en viktig målgrupp.<sup>47</sup> Som inte minst omvärldsanalysen visar dras inga skarpa gränser mellan marknadsföring, varumärkesarbete och kommunikation. Men eftersom strategin riktade sig både mot stadens invånare och mot externa aktörer var frågor om ojämlika livsvillkor och social inkludering något som behövde adresseras och i kommunikationsstrategin framhölls behovet av att kommunicera det som inte fungerar i kommunen och arbetet med att förbättra det.<sup>48</sup>

Begreppen ”hållbarhet” och ”öppen för världen” är förstås inte unika för Göteborg och det finns en slående konformitet och ett antal återkommande teman i många postindustriella städernas marknadsföringsarbete från denna tid. I en skandinavisk kontext marknadsförde sig till exempel Växjö som ”The greenest city in Europe”<sup>49</sup> och Öresundsregionen som en av de hållbaraste regionerna i Europa.<sup>50</sup> När det gäller betoningen av stadens öppenhet i huvudbudskapet ligger det tydligt i linje med Floridas teorier och den tolerans som han menar är central för medlemmar ur den kreativa klassen. Även här finns det, för att ta ett exempel, stora likheter mellan ”öppen för världen” och Rotterdams slogan ”World port, World city” som lyfts fram i omvärldsanalysen.<sup>51</sup>

### Stadens film och berättelsen om Göteborg

I det slutgiltiga dokumentet ”Göteborgs stads kommunikationsstrategi” anges att strategin syftade till att ta fram en övergripande berättelse om Göteborg, som är gemensam för alla som arbetar i staden och som med avstamp i huvudbudskapet ska ”bidra till att särskilja oss från andra städer.”<sup>52</sup> Denna berättelse skulle kommuniceras med hjälp av olika typer av material så som ett bildspel, en film, broschyrer och kortare presentationstexter. I juni 2015 lanserades filmen *Hållbar stad öppen för världen* som syftade till att konkretisera det nya huvudbudskapet och ”berättelsen om Göteborg”.<sup>53</sup> Idén om filmen växte fram under förarbetat till kommunikationsstrategin, där det pekades på ett behov av en film som presenterade Göteborg på ett annat sätt än de filmer som Göteborg & Co producerat, som framför allt riktat sig till turister. Det uttrycktes en önskan om en film som visade upp fler delar av staden, såväl näringsliv som stadens kärnverksamheter, och som skulle kunna användas när såväl representanter för kommunens olika verksamheter som näringslivet eller stadens universitet presenterade Göteborg. Filmens beställare (*Auftraggeber*) var således kommunikationsavdelningen på stadsledningskontoret. Genom

sitt brett hållna syfte (*Anlass*) och vida spektrum av målgrupper (*Adressat*), har filmen större likheter med flera av de äldre filmer som diskuterats i avhandlingen än med Göteborg & Co:s filmer.

Filmen kostade 553 000 kronor att producera, inklusive rättigheter för musik, och arbetades fram tillsammans med reklambyrå Valentín & Byhr, med utgångspunkt i arbetet med kommunikationsstrategin.<sup>54</sup> Byrå, som numera heter Valentín Experience, uppger att filmen gjordes av regissören Erik Eger. Detta anges dock varken i själva filmen eller i något annat material från staden.<sup>55</sup> De första versionerna som presenterades av bolaget hade för lite fokus på kärnverksamheter som skolan och äldreomsorgen och fick göras om. Den slutgiltiga filmen producerades i en kortare och en längre version, om en och en halv respektive knappt fyra minuter.<sup>56</sup> Båda dessa versioner producerades i varianter med speakerröst på svenska och engelska och även med teckenspråkstolkning. Alla versioner finns även tillgängliga med textning, förmodligen för att kunna visas utan ljud på sociala medier eller inom kollektivtrafiken. Den största delen av materialet i filmen är nyinspelat, men några tagningar kommer från Göteborg & Co:s samling av filmmaterial och i något fall även från Göteborg Energi.

Under det första året visades filmen både internt i staden och i möten med externa partners och andra kommuner. Den visades också på evenemang som till exempel Volvo Ocean Race i juni 2015 och på Västtrafiks skärmar på pendeltåg och på vissa busslinjer. Tillsammans med Göteborg & Co:s filmer från kampanjen *This is my Gothenburg* visades den även på den stora fastighetsmässan Mipim i Cannes 2016. Den finns också att ta del av via kommunens hemsida goteborg.se och på stadens Youtube-kanal. I den följande analysen kommer jag att ta utgångspunkt i den längre, knappt fyra minuter långa, versionen av filmen.

### *Hållbar stad öppen för världen*

Filmen inleds med en tagning på en enkel transport- eller kollektivtrafiks färja med plats för tre, fyra fordon som glider fram över ett vintrigt hav. I bakgrunden syns obebyggda landremsor delvis täckta av snö. Sedan följer tagningar från en fortsatt sparsamt befolkad skärgård och en tagning där Göteborgs inre hamn skymtar i bakgrunden. Sedan tagningar där en konstnär ställer upp sitt staffli i hamnen och börjar måla av dess motiv. Tagningarna ackompanjeras av ganska traditionellt orkestrerad filmmusik, som inleds med en violin och längre fram kompletteras med blås och piano. Över hela denna 30 sekunder långa inledning hörs en ej namngiven manlig berättarröst:



Det är nåt särskilt med havet. Öppenhet. Möjligheterna. Havet har alltid varit vägen till det nya. Vi har rest ut för att handla och främlingar har kommit hit i precis samma ärende. Det är nog därför hamnstäder har en sån speciell känsla, här finns en oräddhet för det nya och en lugn insikt om att det aldrig blir som man tror – men det brukar ordna sig ändå.

Till tagningar från ett kafé, från ett klassrum med barn fokuserade på läsplattor, en lätt trafikerad motorled i gryningen och en restaurangmiljö nära hamnen konstaterar speakerrösten sedan att ”Göteborg är en sådan hamnstad”, att staden är Sveriges näst största, med cirka en halv miljon invånare, Volvos födelseort och platsen där man äter ”världens bästa skalldjur.” Till tagningar gjorda i grodperspektiv på några av stadens statyer, broar och industrier, betonas sedan, med hänvisning till stadens historia, återigen Göteborgs öppenhet mot världen:

Göteborg är långt ifrån nån svensk historia. Holländarna byggde stan bokstavligt talat. Britterna la grunden till industrin och sen var det sydeuropéer som fick produktionen att ta fart. Och så har det fortsatt. Näringslivet – och hela stan – har berikats av internationellt samarbete och mångfald.

I denna inledning, precis som i resten av filmen, är varje tagning drygt tre sekunder lång. Många av tagningarna är gjorda i rörelse, där kameran måste ha varit fäst på en båt, bil eller någon annan typ av fordon, och skapar en känsla av att åskådaren rör sig genom staden. Många av tagningarna är också gjorda i grodperspektiv och fokuserar med hjälp av kort skärpedjup på detaljer i stadsmiljön.

Övergångarna mellan de olika scenerna är sömlös och struktureras dels av berättarröstens pausering, men också med hjälp av förändringar i musiken.

Till tagningar från å ena sidan forskningsmiljöer och å andra sidan en frisör och en enklare restaurang, lyfts i nästa scen stadens näringsliv fram, med både ”internationella storföretag” och företag som ”är berömda lite mer lokalt”. Sedan förklaras att staden inte bara är ”business” utan också ”kunskapsstaden, matstaden, kulturstaden, innovationsstaden, evenemangsstaden, nöjesstaden – och så klart staden vid havet”. Därefter sker en övergång till de kommande decenniernas stora stadsomvandlingsprojekt. Bytet av tema understryks på ljudspåret genom att stråkarna och pianot från filmens första halva ersätts av introt till en låt med det lokala rockbandet Vita bergen, som sedan ligger kvar under resten av filmen. Till



Det är något särskilt med havet, stillbild ur *Hållbar stad* öppen för världen (2015).

bilder från en byggarbetsplats där Älvsborgsbron skymtar i bakgrunden förklarar speakerrösten att staden ska göra ”sitt största utvecklingssprång i modern historia. Staden ska växa med nära en tredjedel till 2035”. Till tagningar rakt framifrån i halvbild på fyra yngre vuxna personer med olika kön och hudfärg som tittar in i kameran fortsätter han sedan: ”Vi ska göra plats för 150 000 nya göteborgare och bygga 80 000 nya bostäder och arbetsplatser.” Det betonas att ”En sån förändring kostar på” och att det därför ska satsas på hållbar teknik, utbyggd kollektivtrafik, stadsodlingar och parker. Det förklaras att staden också ska byggas med ”kultur, service och omsorg” och att ”vi ska minska skillnaderna i livsvillkor och värna respekten för olikheter.” Det understryks att näringslivet ska växa med ”ett öppet och kreativt företagsklimat”. ”Vår historia har lärt oss värdet av samarbete” och därför ska företag och universitet få använda ”stan som ett testlab för nya idéer” förkunnar speakerrösten.

Filmerna avslutas med att berättarrösten slår fast att: ”2035 ska Göteborg stå starkt som en hållbar och nära storstad. Men vi ska fira redan 2021 för då fyller Göteborg 400 år.” Som i en konstpaus tonas rockmusiken som hittills legat i bakgrunden upp samtidigt som dess tempo ökar. Konstnären från filmens inledning återkommer nu i bild, men denna gång i sin ateljé där han håller på att avsluta en målning av staden. Tavlan, som föreställer den inre delen av Göteborgs hamn i kvällsljus får sedan utgöra

den näst sista tagningen i filmen, samtidigt som berättarrösten avrundar sin framställning: ”400 år som hamnstad vid havet. Havet som gjort oss till dem vi är...” Och till den allra sista tagningen, där kameran rör sig fram över vatten samtidigt som Göteborgs stadsvapen tonas in över bilden: ”... En hållbar stad – öppen för världen.”

Med Nichols terminologi karaktäriseras filmen av ett expositoriskt modus. Den anonyma speakerrösten har en mer sakligt orienterad framtoning än den explicit säljande argumentation som kännetecknade Göteborg & Co:s tre första större filmprojekt. Filmen struktureras i hög grad utifrån speakerröstens framställning, som bildmaterialet underordnas. Snarare än att berättarrösten lyfter fram det som visas i bild, fungerar de olika tagningarna som associativa illustrationer till berättarröstens framställning.

#### **Denna gråa stad:**

##### **Det lokala, nationella och omvärlden**

I inledningen etableras ett antal drag som är framträdande genom filmen: de sparsamt befolkade tagningarna, som i många fall är svåra att knyta till faktiska platser i Göteborg, betoningen av havet och Göteborgs historiska identitet som hamnstad, och den blågrå färgskalan. Havet som ett genomgående tema understryks både visuellt och i speakerröstens framställning. ”Det är något särskilt med havet...” fungerar som ett sätt att appellera till åskådarens känslor. Göteborgs placering vid havet och historia som hamnstad används sedan som argument för att betona stadens öppenhet mot världen. Här är det en närmast mytisk stadssjäl som frammanas och ett uttalat ”vi” artikuleras genom filmen. Det är ett ”vi” som ”rest ut för att handla och samarbeta”, det är ”*vår* historia” som ”lärt oss värdet av samarbete” och det är ”havet som gjort oss till *dom vi är*”. Även i förarbetet till den nya kommunikationsstrategin betonades att huvudbudskapet skulle vara grundat i stadens historia. Som bland annat Harvey har argumenterat för har behovet av att skapa en tydlig, historiskt grundad, identitet framstått som extra viktigt i tider av snabb förändring, just när platsens historiska kontinuitet står inför tryck utifrån.<sup>57</sup> Om 1800-talets nationalistiska projekt var en reaktion på den accelererande moderniseringen, kan den nya kommunikationsstrategin, som *Hållbar stad öppen för världen* var en del av, ses som både en förskjutning från nationalstaten och som ett svar på globala omvandlingsprocesser. Stadens historia användes här för att betona dess kopplingar till omvärlden, snarare än till den svenska nationalstaten. Här syns en likhet med filmen *Gothenburg – Gateway to*

*Scandinavia* från 1985, där Göteborgs historia som hamnstad på liknande sätt användes för att tillskriva stadens invånare en särskild öppenhet mot världen.

En tydlig kontrast kan ses i relation till filmerna från 1930-, 1940- och 1950-talen där stadens historia i stället kopplades till nationen. I dessa filmer lyftes till exempel stadens grundare Gustav II Adolf fram och statyn på Gustaf Adolfs torg visades i bild. När stadens grundande avhandlas i *Hållbar stad öppen för världen* görs det visserligen till en tagning på en staty av en svensk kung, men denna gång Karl IX:s ryttarstaty vid Kungssportsplatsen. Vem statyn föreställer nämns dock inte av speakerrösten och snarare än att knyta stadens etablering till nationalstaten betonas att staden ”långt ifrån [är] någon svensk historia” och att den byggdes av holländare. När stadens historia på detta sätt används för att lyfta fram dess öppenhet mot världen var det viktigare att peka på att den anlades av holländare än att som i tidigare filmer lyfta fram den svenske kungens roll. Här syns således en form av aktivt historiebruk där valda delar av stadens historia används för att på bästa sätt passa den vid en viss tidpunkt rådande berättelsen om staden. Tillbakablickandet fungerar som en tidsmässig topik, en plats att hitta argument på, där historien blir en resurs för en samtida konstruktion av bilden av staden.

Även om filmen genomsyras av ett argument kring Göteborgs koppling mot omvärlden, snarare än till nationalstaten, vill jag argumentera för att den samtidigt knyter an till en samtida visuell diskurs om det nordiska. Filmens färgskala och den glest befolkade vintriga miljön har stora likheter med den estetik som blivit ett signum för den under början av 2000-talet internationellt framgångsrika vågen av svensk och skandinavisk kriminalfilm och tv-dramatik, som kommit att kallas *Nordic Noir*. Enligt Jensen och Waade karaktäriseras skandinaviska tv-serier som *Bron* (2011–2018) och *Brottet (Forbrydelsen, 2007–2012)* av det de kallar *Nordic noir production values*.<sup>58</sup> Med detta begrepp argumenterar de för att produktionserna kännetecknas av ett antal estetiska drag kopplade till det nordiska eller skandinaviska som fungerar som kommersiellt gångbara production values, med en internationell publik i åtanke. En central del av denna estetik är betoningen av det regniga och disiga nordiska eller skandinaviska klimatet under vinterhalvåret, som understryks genom produktionernas genomgående mörka och dova färgskalor. Även om denna mörka nordiska stil inte är lika framträdande i *Hållbar stad öppen för världen* som i *Bron* eller *Brottet*, knyter flera av filmens signifikanta drag an till den. Betoningen av det gråa och disiga göteborgska klimatet kännetecknade, som tidigare diskuterats, även den nya inriktningen för Göteborg & Co:s

marknadsföring och kampanjer som *go: to Sea* och *go: Feel the breeze*. Som jag tidigare argumenterade för kan detta å ena sidan ses som ett sätt att förlänga turistsäsongen, där turister i högre utsträckning även skulle lockas till Göteborg under vintermånaderna, men å andra sidan också som ett försök att skapa en mer autentisk bild av staden genom att erkänna dess inte alltid inbjudande väder. I enlighet med Jensens och Waades diskussion om *Nordic Noir* kan det också ses som en slags estetisering som knyter an till samtida svensk och skandinavisk filmproduktion och populärkultur.

### Den undflyende hamnstaden

Göteborgs placering vid havet och dess roll som Sveriges och Skandinaviens största hamn har varit ett återkommande tema i de filmer som diskuterats i avhandlingen, men var till stor del frånvarande i filmerna som Göteborg & Co producerade under 1990- och det tidiga 2000-talet. Precis som i Göteborg & Co:s marknadsföring från början av 2010-talet syns i *Hållbar stad öppen för världen* en återkomst för detta tema. Men här framställs inte hamnen som en plats av arbete, i stället används den som ett argument kring stadens och dess invånares karaktär. De kopplingar till omvärlden som havet skapar ger enligt speakerrösten hamnstäder en speciell känsla: ”Här finns en oräddhet för det nya och en lugn insikt om att det aldrig blir som man tror – men det brukar ordna sig ändå.” Staden framstår som genomsyrad av entreprenöriell anda, där invånarna är vid-synta inför nya impulser, vågar satsa och ta risker. Här kan en jämförelse göras med *Gothenburg goes offshore* (1981), där stadens placering vid havet hade gett dess invånare en särskild tålighet för det tuffa arbetet ute till havs. Betoningen av Göteborg som hamnstad i *Hållbar stad öppen för världen* understryks av den konstnär som målar av hamnen i filmens inledning och som i slutet av filmen dyker upp igen där hans färdiga tavla utgör den näst sista tagningen i filmen.

Tavlan utgörs av ett kvällsmotiv av älven vid de centrala delarna av staden sedda från öster. Vattnet och himlen utgör en stor del av bilden och den kan ses som en pendang till filmens inledande tagning med den enkla färjan som glider fram över havet. Till vänster i bilden ligger Stena Lines färjor vid Danmarksterminalen vid Järntorget och där ovanför syns Masthuggskyrkans torn. Till höger i bilden, på älvens norra strand, återfinns två stora hamnkranar och i mitten av bilden en stor torrdocka. Kranarna och stadens kvällsljus speglas i vattnet och färgskalan går precis som i den inledande tagningen i blått och grått, men även i rött. Motivet



En konstnär målar av hamnstadens motiv, stillbild ur *Hållbar stad öppen för världen* (2015).



Tavla över Göteborgs hamnområden, stillbild ur *Hållbar stad öppen för världen* (2015).



med en konstnär som på en tavla avbildar (hamn-)staden finns det flera exempel på i äldre stadsfilmer, både från Göteborg och andra städer. Motivet syns till exempel i *Sveriges port mot väster/Staden vid Västerhavet* (1946), som diskuterades i kapitel 4. I den kortare versionen, *Staden vid Västerhavet*, omnämns detta explicit av berättarrösten: ”Här [i hamnen] finns många motiv som tacksamt utnyttjas av stadens konstnärer.” Även i Arne Sucksdorffs porträtt av Stockholm i *Människor i stad* från 1947, som vann en Oscar för bästa kortfilm, och i Jørgen Roos film *En by ved navn København* från 1960 återfinns konstnärer som målar av staden. Motivet kan ses som en återkommande topik som fungerar som ett sätt att lyfta fram hamnen som erfarenhet och knyter an till hamnstaden som myt, omsjungen och avmålad av dess konstnärer.

Men att Göteborgs hamn genomgått stora förändringar sedan 1970-talet och framåt, som både har handlat om att stora delar av industrihamnen flyttat ut från älvstränderna i den centrala staden och att de flesta av varven lagts ner, är ingenting som nämns i den nya filmen. Detta trots att just dessa förändringar var en förutsättning för de stora stadsomvandlingsprojekt som lyfts fram i filmen. Tavlan som utgör den näst sista tagningen föreställer just de områden som var på väg att omvandlas och de verksamheter som på tavlan representerar Göteborg som hamnstad stod inför ett oklart öde.<sup>59</sup>

Genom motivet med en konstnär som målar av hamnen knyter filmen an till en tid då hamnen fortfarande var en del av stadens levda rum. Även om Göteborg fortfarande har Skandinavien största hamn, är den idag effektiviserad och rationaliserad och kräver mindre arbetskraft. Genom sin placering längre ut mot havet är den inte heller längre en synlig del av den centrala staden och därmed inte en plats som särskilt många människor i staden har en daglig relation till. Den samtida hamnen är, för att tala med Lefebvre, inte en del av stadens spatiala praktiker och inte heller en påtaglig del av dess ljudbild, som det betonades i *Staden vid Göta älv* från 1938 och *Sveriges port mot väster* från 1946. Till skillnad från några av de filmer som Göteborg & Co producerade i början av 2010-talet finns i *Hållbar stad öppen för världen* inga bilder av containrarna, kranarna eller containerskeppen i den nuvarande yttre hamnen. I stället representerades hamnstaden av de kranar och färjor som var på väg att försvinna från den inre staden. Om kranarna i tidigare filmer symboliserade någonting pågående i staden, Göteborg som aktiv hamnstad och som en stad av arbete, fungerade de nu som en kuliss och symboliserade snarare minnet av den livliga hamn som en gång fanns längs den centrala stadens älvstränder.

### Det platsspecifika och det generella

Ett genomgående drag i filmen är, som konstaterats, att många av tagningarna är sparsamt befolkade. Endast ett fåtal gånger syns fler än en eller två personer samtidigt i bild och när så sker är det oftast i inomhusmiljöer. Detta är en tydlig kontrast till filmerna som producerades av Göteborg & Co fram till 2010 som tvärtom visade upp ett överflöd av människor och evenemang i stadens offentliga rum. Skillnaden ligger dock inte bara i antalet personer som framträder i samma tagning, utan också vilka typer av miljöer som lyfts fram och vilken typ av rumslighet som skapas med audiovisuella medel. Trots en stark betoning av den lokala identiteten i filmen skapas en svag känsla för Göteborg och för faktiska platser i staden. Det enda egennamn som berättarrösten lyfter fram är Volvo och den enda gång namnet till en specifik plats syns i filmen är i en kort tagning av den relativt nybyggda Angered Arena, som invigdes 2013, där namnet syns i stora bokstäver vid ingången till byggnaden.

Men det är inte bara genom att få specifika platser namnges och lyfts fram som den svaga känslan för platsen skapas. Den konstrueras också genom bildkompositionen och valet av kameravinklar, vilket understryker Roberts argument om vikten av att fokusera på de audiovisuella teknikerna i analysen av relationen mellan ett faktiskt stadsrum och representationer av detta rum i rörligt bildmaterial.<sup>60</sup> Många tagningar i *Hållbar stad öppen för världen* är gjorda med kort skärpedjup på detaljer i stadsrummet eller i grodperspektiv, där det centrala motivet avskärmas från sin kringliggande miljö. Så till exempel tagningarna i sekvensen kring Göteborgs internationella historia. Först en tagning av statyn av Karl IX i grodperspektiv med endast en blå himmel som bakgrund. Sedan ytterligare en tagning ur grodperspektiv, denna gång på Sjömanstornet med statyn Kvinna vid havet vid Sjöfartsmuseet, med Masthuggskyrkans torn i bakgrunden. Även dessa monument är avskurna från sin kringliggande miljö, med endast en blå himmel som bakgrund. Den tredje tagningen visar en av broarna från någon av kanalerna i stadens centralaste delar och är gjord underifrån, förmodligen från en båt som glider fram under bron. Ett träd utan löv går att skymta till vänster i bildens överkant, men i övrigt syns på nytt ingenting av den kringliggande staden. Några tagningar senare visas den övre delen av SKF:s stora fabriksbyggnad i Gamlestaden, men återigen i grodperspektiv och förutom toppen av en gatlykta framför byggnaden syns ingenting av staden runt omkring.

Även om det förekommer igenkännbara byggnader, broar och statyer i filmen avskärmas de ofta från sin kringliggande miljö eller syns i bildens

bakgrund, vilket skapar en otydlig rumslig situering. Tagningarnas isole- ring av objekten gör också att filmen innehåller få gatumiljöer eller tagningar från stadens offentliga rum. Genom filmens fokus på detaljer i stadsrummet och på mer slutna miljöer, ofta inomhus, och mindre grup- per av människor skapas i relation till Göteborg & Co:s filmer en mer intim känsla i filmen. Samtidigt gör bristen på rumslig information att filmen inte riktigt känns förankrad i Göteborg. Många tagningars funktion verkar snarare vara vad de representerar som tecken än att visa upp en faktisk plats i staden, något som kan ses som en likhet med Göteborg & Co:s filmer från början av 1990-talet och framåt. Trots att ett tydligt ”vi” artikuleras i filmen, framstår de platser som lyfts fram många gånger som generiska, som att de hade kunnat höra hemma i vilken stad som helst, vilket kan tyckas stå i motsättning till kommunikationsstrategins övergri- pande intentioner. Detta kan tänkas ha flera orsaker, även om det bara går att spekulera kring. Det kan till exempel ses som ett sätt att skapa en mer intim känsla i filmen, vilket ligger i linje med att många tagningar är filmade med subjektiv kamera i rörelse genom staden. Att inte tydligt lyfta fram specifika stadsdelar och verksamheter eller lätt igenkännbara gatumiljöer kan också ses som ett sätt att undvika kritik om urvalet av platser och verksamheter och skapa ett mer allmänt hållet tilltal i filmen. Eftersom den spelades in under en period då staden genomgick stora förändringar skulle det också kunna ses som ett sätt att undvika att skilda- ra platser som inom kort skulle förändras och därigenom möjliggöra en längre användningsperiod för filmen. Samtidigt låg flera av förändringarna fortfarande långt fram i tiden och eftersom filmen uttryckligen knyter an till 400-årsjubileet 2021, tappar den något av sin aktualitet efter detta år.

### Framsteg och gemenskap

*Hållbar stad öppen för världen* skiljer sig, som har framgått, på många sätt från de filmer som Göteborg & Co producerat och genom sitt bredare syfte och fokus har filmen större likhet med de filmer som producerades under den välfärdsstatliga perioden. Filmen genomsyras på ett påtagligt sätt av båda de mål som Mukhtar-Landgren menar historiskt sett varit centrala i den kommunala planeringen: framsteg respektive gemenskap.<sup>61</sup> Precis som i äldre filmer som *Sveriges port mot väster/Staden vid Västerhavet* (1946) och *Göteborg – Hjärtpunkt i Norden* (1964) syns i *Hållbar stad öppen för världen* en påtaglig tidsmässig dimension, något som i hög grad sak- nades i Göteborg & Co:s filmer. Denna temporalitet är både bakåtblick- ande, med betoningen på Göteborgs historia som hamnstad, och framåt-

blickande, där stadens utveckling under de kommande åren, med stora stadsbyggnadsprojekt och uppförandet av ett stort antal nya arbetsplatser och bostäder för nya invånare, är framträdande teman. Speakerrösten förklarar hur Göteborg ska ta ”sitt största utvecklingsprång i modern historia” och konstaterar sedan att ”en sådan utveckling kostar på”. Målen ska dock kunna uppnås genom satsningar på kollektivtrafik, hållbar teknik, välfärd i form av utbildning, kultur och omsorg, och täta samarbeten mellan privata och offentliga aktörer. Här framstår framsteget och stadens expansion, snarare än satsningarna på välfärd, som själva utgångspunkten. Det är ”utvecklingsprånget” som kräver åtgärder i form av planering och insatser inom välfärden. Mukhtar-Landgren pekar just på det tydliga narrativ som funnits kring såväl den industriella som den postindustriella stadens utveckling och hur tanken om stadens framtidskridande i många fall redan är avgjord, där planeringen inte så mycket handlar om vilka mål som skall uppnås, utan hur den på förhand givna riktningen ska hanteras.<sup>62</sup>

Även det andra målet för den kommunala planeringen som Mukhtar-Landgren lyfter fram, gemenskap, genomsyrar filmen. Här finns dock en spänning mellan det hon kallar en homogen respektive heterogen gemen- skap. Å ena sidan betonas med hänvisning till stadens historia dess mång- fald och öppenhet mot världen och å andra sidan artikuleras ett ”vi”, där alla i staden, oavsett bakgrund, inkluderas och samarbetar för stadens bästa och framtida utveckling. Denna mångfald representeras i urvalet av stadsdelar och invånare som syns i filmen. Till skillnad från Göteborg & Co:s filmer, som framför allt fokuserade på de centrala stadsdelarna, syns både innerstaden och förortsområden i *Hållbar stad öppen för världen*. I mot- sats till den vithet som kännetecknade filmer som *Göteborg – The friendly city* och *Göteborg – We love you*, visas också ett bredare spektrum av invånare med olika hudfärg och bakgrund upp. I samband med att stadens utveck- ling de kommande decennierna presenteras visas stadens mångfald genom tagningar i halvbild av fyra yngre vuxna, två män och två kvinnor, med olika hudfärg och i olika typer av miljöer. Tagningarna är gjorda rakt framifrån och personerna tittar rakt in i kameran, som för att skapa en direkt kontakt med åskådaren. Lite tidigare i filmen betonades det, till tagningar från forskningsmiljöer och från arbetsplatser inom servicesek- torn, hur staden både har ”internationella storföretag” och företag som ”är berömda lite mer lokalt”. Här framträder en stad som rymmer både globala affärsrörelser och småskaliga lokala entreprenörer, där alla jobbar tillsammans åt samma håll.

Filmerna kan således ses som ett uttryck för stadens dubbla ambitioner att både generera tillväxt och minska utanförskapet och som ett försök att

skapa en syntes både mellan framsteg och gemenskap och mellan en homogen och heterogen form av gemenskap. Som diskuterades under förarbetet till kommunikationsstrategin och filmen var frågan om stadens ojämlikhet och sociala skillnader något som behövde adresseras i en film av det här slaget. Men den enda gång som skillnaderna i inkomst, hälsa och livsmöjligheter mellan olika grupper och stadsdelar påtalas i filmen är när stadens utveckling de kommande decennierna avhandlas. Som en del av stadens utveckling fram till 2035 förklaras att ”vi ska minska skillnaderna i livsvillkor och värna respekten för olikheter”. Även om ambitionerna för att skapa en mer jämlik stad antyds artikuleras inte själva problemet och den potentiella konflikten mellan kommunens olika målsättningar lyser med sin frånvaro.

### Att styra bilden av staden

Att kreativitet och autenticitet, med inflytande från Floridas teorier, fick en allt mer framskjuten position i många städers marknadsföring under början av 2000-talet har många forskare pekat på. I analysen i det här kapitlet och det föregående har jag utifrån det material som studerats kunnat visa på hur det runt 2010 skedde ett tydligt trendbrott i marknadsföringen av Göteborg som skulle kunna ses som ett brott mellan två faser inom den entreprenöriella stadens marknadsföringsarbete. Där den första perioden från början av 1990-talet och framåt var inriktad mot storskaliga evenemang, konsumtion och nöjen i den centrala stadens offentliga rum, präglas den andra mer av småskalighet och andra typer av kulturella referenser, som kan läsas i ljuset av Floridas teorier. Brottet syns inte minst på en estetisk nivå, där den första fasen präglades av det konstgjorda, spektakulära och generiska och den andra av en strävan efter realism och autenticitet. Estetiskt finns också tydliga likheter med det audiovisuella material som Göteborg & Co producerade i spåren av kommunikationsstrategin *One voice* och *Hållbar stad öppen för världen*.

Både Göteborg & Co:s gemensamma plattform för marknadsföring, den nya kommunikationsstrategin för Göteborgs kommun och det audiovisuella material som analyserats i det här kapitlet kan ses som exempel på en allt mer omfattande marknadsföring av staden, där allt fler delar av kommunens verksamhet inkluderas. Här syns också ett behov av att skapa större samordning kring dessa praktiker, att styra och kontrollera bilden av Göteborg och stadens varumärke. I det analyserade materialet framstår stadens invånare som både målgrupp och representanter för varumärket. Invånarna behövs för att ge varumärket och den utstakade utvecklingen

trovärdighet och här skapar den digitala tekniken nya möjligheter för interaktion. Detta blev som mest tydligt i kampanjen *This is my Gothenburg*, där ett urval av unga invånare bjöds in för att representera sin stad genom att filma sin vardag. Men både i urvalet av deltagare och aktiviteter och i filmmaterialets estetik syns en tydlig korrespondens med den redan fastställda inriktningen för varumärkesarbete. De förändringar som Göteborg & Co:s marknadsföring och användning av audiovisuellt material genomgick under början av 2010-talet och den nya kommunikationsstrategin för staden kan förstås som en del av förändringen i styrningen av staden. Om den välfärdsstatliga politiken syftade till att styra *genom* samhället syns här snarare en ambition att presentera en idealbild om stadens utveckling och hur stadens invånare bör vara.

★

”Se filmen där Göteborg växer” förkunnade en rubrik på *Göteborgs-Postens* hemsida i mars 2016.<sup>63</sup> I filmen presenterades de stora planerna för projektet Älvstaden, som med skriven text beskrevs som Nordens största stadsutvecklingsprojekt. Till bilder filmade från en drönare som rör sig över de gamla hamn-, industri- och varvsområdena längs med älvstränderna i den centrala staden syns enorma gråa datorgenererade byggnadskomplex växa upp. Ett antal fakta om projektet presenteras med skriven text och det förklaras att Göteborgs fastighetsmarknad har en rekordomsättning, med ”ett investeringsindex på högsta internationella nivå”. Här syns bland annat den linbana över älven som var under planering och det projekterade, nästan 250 meter höga, Karlatornet, som skulle bli Nordens högsta byggnad, strax nedanför Ramberget på Hisingen. Filmerna kan kanske inte ses som en kommunal stadsfilm, utifrån den definition jag har använt i avhandlingen. Den öppnar dock upp för forskningsfrågor kring de sätt på vilka storskaliga stadsomvandlingsprojekt representeras med audiovisuella medel och digital teknik. I filmerna står också just de hamnområden som filmerna i den här avhandlingen i hög grad har kretsat kring i fokus, och den kan ses som ytterligare ett lager i de sätt på vilka Göteborg och dess älvstränder över tid har representerats med hjälp av audiovisuella medier.

★

När den första filmen som analyserades i avhandlingen producerades i slutet av 1930-talet var den del av ett nytt och brett intresse för produktionen av stadsfilm bland svenska orter och kommuner. När den sista



filmen producerades vid mitten av 2010-talet verkar detta intresse alltjämt ha bestått. Temat var i komedins form ämnet för Gabriella Pichlers andra långfilm *Amatörer* från 2018. I filmen skildras hur ett tyskt lågprisvaruhus överväger att etablera sig i det lilla fiktiva västsvenska brukssamhället Lafors och hur kommunen, för att propagera för denna lokalisering, bestämmer sig för att spela in en film om orten. För att ge filmen en trovärdig och autentisk aura ger de kommunala tjänstemännen några ungdomar på orten i uppdrag att spela in filmen med sina mobiltelefoner och skildra Lafors från sin synvinkel, något som påminner om *This is my Gothenburg*. Ungdomarnas film blir dock inte alls som tjänstemännen tänkt sig och i stället får en professionell beställningsfilmare i uppdrag att färdigställa filmen.

Ett drygt år senare, hösten 2019, väckte en, högst reell, reklamfilm för den skånska kommunen Staffanstorps medial debatt.<sup>64</sup> Filmen inleds med svartvitt bildmaterial där otrygghet och urbant förfall skildras i en stad som, även om den inte namnges, för många var lätt igenkännbar som Malmö. Detta kontrasteras sedan mot bilder i färg av böljande gula rapsfält och den harmoniska idyllen och gemenskapen i det mindre skånska samhället, där kommunfullmäktige sedan valet 2018 leds av Sverigedemokraterna och Moderaterna. Filmen pekar mot hur det politiska samtalet allt mer kommit att handla om frågor kring kriminalitet, migration och invandring under andra halvan av 2010-talet. Den visar också på en typ av konfliktsökande och positionering, en jämförelsens topik, mellan städer inom landet som varit svårt att tänka sig bara några år tidigare och som inte har återfunnits i någon av de filmer som studerats i den här avhandlingen. Filmen om Staffanstorp framstår också som en skarp kontrast till *Hållbar stad öppen för världen* som producerades fyra år tidigare. Genom det politiska landskapets förändringar är det knappast troligt att en kommunal stadsfilm om Göteborg hade sett likadan ut om den producerats idag.

## 10. Beställningsfilm, kommunal stadsfilm och bilden av Göteborg 1938–2015

I en genomgång av den dokumentära filmens historia i Sverige från början av 1980-talet erkänner Leif Furhammar sina begränsade kunskaper om beställningsfilm och nämner en handfull regissörer som han föreställer sig ”i en framtid kommer att göra anspråk på en uppmärksamhet som de här inte har fått”.<sup>1</sup> Som av en händelse var två av de regissörer Furhammar nämner inblandade i tillkomsten av de två äldsta filmprojekt som analyserats i den här avhandlingen: Per G. Holmgren, som regisserade och skrev manus till *Staden vid Göta älv* från 1938, och Niklas Skoglund, som regisserade det tvådelade projektet *Sveriges port mot väster/Staden vid Västerhavet* från 1946. Avhandlingen har på flera sätt bidragit med ny kunskap till den svenska filmhistoriska forskningen och, inte minst, till forskningen om beställningsfilm. Samtidigt har studien inte syftat till att lyfta fram ett antal filmarbetare som varit marginaliserade i tidigare filmhistorieskrivningar. I stället har de studerade kommunala stadsfilmerna analyserats just som beställningsfilmer, där fokus legat på filmernas syften, målgrupper och funktion hos den beställande aktören Göteborgs kommun och de sätt på vilka bilden av Göteborg konstruerats.

Syftet med avhandlingen har varit att kartlägga och analysera kommunal stadsfilm i Göteborg under perioden 1938–2015 i relation till stadens sociala och politiska förändringsprocesser. I denna kartläggning och analys har jag utgått från och kombinerat ett brett empiriskt material, som sällan har nyttjats i tidigare filmhistorisk forskning: protokoll, korrespondens och arbetsmaterial från kommunala organ och från turistföreningar, filmkataloger från filmbolag och offentliga institutioner, samt annonser, artiklar och notiser i dagstidningar och branschpress. Fjorton större filmprojekt om Göteborg har analyserats, i vars tillkomst kommunala organ eller bolag, direkt eller indirekt, varit inblandade. Dessa projekt inkluderar: *Staden vid Göta älv* (1938), *Sveriges port mot väster/Staden vid Västerhavet*

(1946), *Den gyllene porten* (1957), *Göteborg – Hjärtpunkt i Norden* (1964), *Göteborg* (1973), *Gothenburg goes offshore* (1981), *Göteborg – Porten mot väster* (1982), *Gothenburg – Gateway to Scandinavia* (1983), *A west side story* (1985), *Göteborg – The friendly city* (1997), *Göteborg – We love you* (2003), *go: Meet the world in Gothenburg* (2010), *One voice* (2013) och *Hållbar stad öppen för världen* (2015). Därutöver har några mindre produktioner från mitten av 1990-talet och framåt analyserats. Enbart genom att lista de studerade filmerna på det här sättet syns betydelsefulla tendenser, som till exempel likheten mellan titlarna till flera av de äldre filmerna och den allt tätare produktionen av filmer från 1980-talet och framåt. I det följande kommer jag med utgångspunkt i avhandlingens syfte och frågeställningar att lyfta fram och diskutera några av de viktigaste resultaten från studien.

### Att kartlägga och analysera beställningsfilm

Avhandlingens första övergripande frågeställning var: Hur har beställningsfilmens tidsbundna stilistiska uttrycksmedel och dess former för produktion, distribution och visning påverkat det kommunala filmbruket och det sätt på vilket staden representeras? Utifrån svaren på denna frågeställning och studiens metodologiska angreppssätt vill jag särskilt lyfta fram några mer generella aspekter av hur beställningsfilm kan studeras och användas som historiskt källmaterial.

Det bör understrykas att den typ av produktioner som ryms under övergripande begrepp som beställningsfilm och *useful cinema* inbegriper ett vitt spektrum av filmer, från enkla filmer avsedda för snäva målgrupper och internt bruk, till mer prestigefyllda och utåtriktade produktioner. Flera av de filmer som analyserats i avhandlingen kan ses som prestigeprojekt. En studie av internt filmbruk inom ett företag eller offentligt organ hade synliggjort andra aspekter. Samtidigt är det tydligt att även de mer påkostade och prestigefyllda produktioner som jag studerat präglats av beställningsfilmens tidsbundna former för produktion, distribution och visning, vilket påverkat hur de har kunnat studeras.

I avhandlingen har jag operationaliserat några av de begrepp som lanserats inom forskningsfältet kring *useful cinema*, för att visa på deras fruktbarhet och eventuella tillkortakommanden. I synnerhet har de tre A:n, *Auftraggeber*, *Anlass* och *Adressat*, som Elsaesser lanserat, och de tre T:n, *topographies*, *transient objects* och *topoi* som Vonderau föreslagit, fungerat som viktiga metodologiska verktyg i kartläggningen och analysen.<sup>2</sup> I kartläggningen fungerade Elsaessers tre A:n som en första ingång för att ringa in de filmer som studerats. Avhandlingens material var således inte givet

på förhand. I stället tog jag utgångspunkt i arkivmaterial från kommunala organ i Göteborg för att fastslå de tillfällen då kommunen varit med och beställt och finansierat filmprojekt om staden. Genom detta tillvägagångssätt kunde jag precisera kommunens medverkan i ett antal filmer som finns bevarade i de nationella arkiven, men också uppdaga ett antal filmprojekt som lämnat få spår i de nationella arkiven och databaserna.

En första slutsats som går att dra utifrån kartläggningen är att de tre A:n inte alltid är lätta att entydigt precisera, även när ett relativt rikligt arkivmaterial finns bevarat. Inte sällan har ett flertal olika aktörer varit inblandade i filmernas beställning och finansiering och det kan vara svårt att fastslå vem som bör räknas som en viss films beställare. Några av de äldre filmerna beställdes till exempel av Göteborgs och Bohusläns turisttrafikförening, samtidigt som kommunen bidrog med den största delen av filmernas finansiering. När det gäller påkostade beställningsfilmprojekt visar detta att en films finansierare ofta kan vara minst lika viktiga att kartlägga som den aktör som i formell mening kan räknas som dess beställare (*Auftraggeber*).

Många av de studerade filmprojekten producerades med ett flertal olika syften och målgrupper och därmed följer att Elsaessers två andra A:n, *Anlass* och *Adressat*, snarare borde skrivas i plural: *Anlässe* och *Adressaten*. I flera fall har också sambandet mellan de initiala syften en film producerats med, de målgrupper den var tänkt för och de sätt på vilka den i slutändan kom att användas varit allt annat än linjära. *Göteborg – Hjärtpunkt i Norden* från 1964 benämndes till exempel initialt som en propaganda-, goodwill- och PR-film för Göteborg med ett internationellt näringsliv som främsta målgrupp. Via en lång rad kanaler kom filmen dock att under lång tid distribueras till målgrupper inom Sverige och, inte minst, för visning inom skolor och föreningsliv. Detta understryker fördelen med avhandlingens metodologiska angreppssätt: att inte utgå från på förhand fastslagna termer för hur filmerna ska benämnas, utan i stället studera dem i de konkreta sammanhang de beställdes, distribuerades och visades inom, vilket öppnar upp för såväl heterogenitet som motsägelser. Här vill jag särskilt argumentera för att Elsaessers tre A:n och de två första av Vonderaus tre T:n, *topographies* och *transient objects*, ska ses som tätt sammanbundna och för det fruktbara i att kombinera dem. Genom att både kartlägga och analysera de studerade filmernas ursprungliga syften och målgrupper och deras ofta tillfälliga visningskontexter och efemära distributionskanaler, har jag kunnat visa på den mångtydighet som präglar många beställningsfilmsproduktioner och de sätt på vilka de beställts, finansierats och visats.

Denna mångtydighet syns inte minst i den flytande karaktär och flyktighet som kännetecknar många beställningsfilmer, det vill säga att de sällan har angivna titlar eller upphovspersoner eller kan ses som klart definierade eller avgränsade verk, det Vonderau kallar *transient objects*. När det gäller de äldre filmerna som jag studerat, som kan ses som prestigeprojekt, är denna flyktighet och verksstatus inte entydig. Flera av dem har tydligt angivna titlar och regissörer, finns listade i Svensk Filmdatabas och visades som förfilm på biograf. Men när dessa filmer distribuerades för visning vid sidan om biografen, via organ som SJ:s filmavdelning, Svensk Kulturfilm, SF:s skolfilmsavdelning, Starfilm och de regionala AV-centralerna, angavs i princip aldrig några upphovsmän eller andra produktionsuppgifter än filmernas titel och längd. Och även om filmerna vid en första anblick kan ses som avgränsade verk producerades de alla också, med undantag för *Staden vid Göta älv* från 1938, i flera olika versioner som ett sätt att anpassa dem mot olika målgrupper och visningskontexter. Filmernas verksstatus och flyktiga eller flytande karaktär är således i hög grad kopplad till de sammanhang de visades i vid olika tidpunkter och det är tydligt att Vonderaus två T:n *topographies* och *transient objects* ska ses som tätt sammanknutna.

När det gäller filmerna från 1990-talet och framåt intensifierades denna flyktighet, där den digitala tekniken möjliggjorde en allt tätare produktion av korta och skraddarsydda objekt och databasen växte fram som ett allt viktigare hjälpmedel. Under 2010-talet skedde också en allt större del av denna produktion internt inom bolaget Göteborg & Co och filmerna har sällan angivna titlar eller upphovspersoner. I än högre grad än de äldre produktionerna kan de ses som *transient objects* med kort livslängd, kontinuerligt producerade i nya varianter. Den allt mer omfattande produktionen gjorde också att det var svårare att kartlägga de tre A:na för enskilda filmer.

En generell slutsats från avhandlingens analyser pekar, mer precist, mot att enklare respektive mer påkostade och prestigefyllda beställningsfilmsproduktioner kännetecknas av olika typer av flyktighet. Där de förra ofta har en kort livslängd och saknar identifierbara titlar och upphovspersoner, har de senare inte sällan en relativt lång livslängd och är lättare att identifiera som verk. Men just genom att de senare ofta producerats mot ett flertal olika målgrupper och visningskontexter, fanns det ett behov av att på olika sätt anpassa dem för dessa olika kontexter eller att redigera om dem för att de skulle kunna användas under så lång tid som möjligt. Ett empiriskt grundat resultat är därmed att beställningsfilmens kännetecken, i synnerhet den flyktighet och mångtydighet som ofta präglar dess

produktion, distribution och visning, bör tas i beaktande när såväl enklare som mer prestigefyllda produktioner studeras. En annan slutsats är att Elsaessers tre A:n är som mest produktiva att använda som utgångspunkt när det gäller påkostade produktioner. För mer omfattande och flyktigt filmmaterial framstår det som svårare och mindre fruktbart att på en detaljerad nivå kartlägga beställare, syften, målgrupper och visningskontexter för enskilda filmer.

### Den "orena" filmhistorien:

#### Beställningsfilm, arkiv och digitalisering

I en diskussion om digitaliseringen av experimentfilm, med utgångspunkt i filmarkivet.se, argumenterar Andersson, Sundholm och Söderbergh Widding för att tidigare filmhistorisk forskning och inte sällan också den filmhistoriska arkivpolitiken skyggat för det "orena".<sup>3</sup> Enligt dem var det unika med experimentfilmen hela praktiken och kulturen runt omkring – skisserna, utkastet, dokumenten, den konstnärliga processen och den kringliggande politiska och sociala kontexten – snarare än ett visst verk bevarad som filmrulle och digitaliserad som en enskild film. En liknande "orenhet" går att se kring de filmer som analyserats i den här avhandlingen, där den flyktighet och mångtydighet som kännetecknar dem uppenbart är svår för de traditionella filmarkiven att hantera och där filmernas beställning, distribution och visning många gånger är lika intressanta och viktiga att studera som den faktiska filmen.

Även om flera av de äldre filmer som studerats i avhandlingen finns bevarade i Svenska Filminstitutets arkiv, i Svensk mediedatabas och i flera fall publikt tillgängliga via filmarkivet.se, är en viktig slutsats att dessa arkiv och databaser bara kan fungera som en första ingång när den här typen av filmer analyseras, i synnerhet om fokus ligger på deras funktion som beställningsfilm och historiskt källmaterial. De fyra äldsta filmprojekten som analyserats i avhandlingen har definierade titlar och upphovspersoner och fanns alla, förutom *Den gyllene porten*, listade i Svensk Filmdatabas vid projektets början. Tre av dem visades som förfilm på biograf, men också i sammanhang vid sidan om biografen. De producerades och redigerades om i olika versioner för olika målgrupper och i synnerhet *Den gyllene porten* och *Göteborg – Hjärtpunkt i Norden* hade en relativt omfattande internationell distribution. Detta är dock något som lämnat få spår i Svenska Filminstitutets arkiv och databas. Informationen om filmerna är ringa och i Svensk Filmdatabas saknas, förutom när det gäller *Sveriges port mot väster/Staden vid Västerhavet*, uppgifter både om att filmerna produce-



rades i flera versioner och att de hade internationell distribution. Det är uppenbart att de sätt på vilka filmerna cirkulerat vid sidan om biografen och internationellt är svåra att upptäcka endast med hjälp av material från de nationella arkiven. Här blir den internationella distributionen, som framstår som en viktig del av beställningsfilmskulturen och den svenska filmhistorien vid sidan om spelfilmen, i det närmaste osynlig. Avhandlingens analyser visar således att beställningsfilmens speciella karaktär på många sätt krockar med filmarkivens traditionella arbetsmetoder och arkivaliska principer. Detta har också arkivarien Catherine Cormon pekat på i en diskussion om ett antal rent praktiska svårigheter som filmarkiv vana att arbeta med spelfilmer i långfilmsformat stöter på när de ska arkivera andra typer av filmer, i hennes fall korta reklamfilmer.<sup>4</sup>

I föreliggande studie har lokala arkiv i Göteborg varit oundgängliga både för att ringa in hur filmerna beställts och finansierats samt för hur de cirkulerat nationellt och internationellt. Material från de lokala arkiven har därigenom också kastat nytt ljus på de bevarade filmerna i de nationella arkiven. I de lokala arkiven och samlingarna har jag också kunnat lokalisera kopior av filmer som inte funnits bevarade i de nationella arkiven eller andra versioner av filmer som finns i KB:s och/eller SFI:s samlingar, inte minst gällande språk. För den som ger sig i kast med att studera beställningsfilm krävs således, även i de fall det rör sig om mer prestige-fyllda produktioner, en lyhördhet för att spåra filmernas beställning och distribution och var de kan tänkas finnas bevarade genom en rad olika arkiv på såväl nationell som lokal nivå. När det gäller de sätt på vilka beställningsfilmer hanteras hos de nationella institutionerna visar avhandlingens resultat att deras särskilda karaktär i högre grad behöver tas i beaktande, exempelvis förekomsten av olika versioner av samma filmprojekt och möjligheter att koppla samman en viss film med annat arkivmaterial. Kanske behöver kategorierna för metadata utformas på annat sätt, där filmernas beställare i högre grad hamnar i fokus. För att kunna hantera beställningsfilmens särskilda karaktär krävs också djupare samarbeten mellan lokala och nationella arkiv och kulturarvsinstitutioner.

För perioden från 1980-talet och framåt har jag lyft fram lokala filmpraktiker som lämnat få spår i de nationella arkiven. Av de fyra filmer som producerades under 1980-talet finns ingen listad i Svensk Filmdatabas och endast en av dem finns tillgänglig i Svensk mediedatabas. Tre av filmerna producerades också av lokala bolag som inte alls finns omnämnda i några av de nationella databaserna. Däremot har jag lyckats lokalisera flera av filmerna på Regionarkivet i Göteborg, där de dock helt saknar årtal och andra produktionsuppgifter. Filmerna rör sig närmast helt och hållet i ett

filmlandskap vid sidan av de nationella institutionerna och för att studera dem krävs att forskaren tar sin utgångspunkt i de lokala sammanhang de producerades och visades inom.

Det växande forskningsintresset för olika former av beställningsfilm sedan åren kring 2010 är tätt knutet till den digitala teknikens utveckling, där tidigare svåråtkomligt och inom forskningen sällan uppmärksammat filmmaterial börjat tillgängliggöras i digital form för såväl forskare som en bredare allmänhet. Men filmerna i sig ger sällan särskilt mycket information om hur de beställts, cirkulerats och visats och för att kunna utnyttja deras möjligheter som historiskt källmaterial krävs att forskaren tar sin utgångspunkt i ett bredare arkivmaterial än den enskilda digitaliserade filmen. En slutsats är också att beställningsfilmens särskilda karaktär i högre grad bör tas i beaktande när den här typen av filmer digitaliseras och tillgängliggörs på digitala plattformar.

Som tidigare påpekats har sajten filmarkivet.se, där flera av de äldre filmer som analyserats i avhandlingen finns tillgängliga, fått kritik från forskarkåll. Detta har både handlat om att projektet i alltför hög grad tagit sin utgångspunkt i arkiv i Stockholmstrakten och om att projektet misslyckats med att balansera de olika behoven och intressena hos forskare respektive en intresserad allmänhet.<sup>5</sup> Utifrån avhandlingens resultat är det uppenbart att många av filmerna på sajten presenteras på ett väldigt kontextlöst sätt. Inte ens i de fall det faktiskt anges i Svensk Filmdatabas att en viss film beställdes av Göteborgs kommun, framgår detta i anslutning till filmen på filmarkivet.se. Naturligtvis borde beställare vara en självklar kategori på sajten. Men även i KB:s databas SMDB, som är mer tydligt inriktad mot forskare, saknas ofta grundläggande uppgifter om filmerna. Andersson, Sundholm och Söderbergh Widding argumenterar för att den digitala tekniken öppnar upp möjligheter för att fånga den ”orenhet” som tidigare filmhistorieskrivningar skyggat för. I databaser och på digitala plattformar skulle olika stadier, fragment och versioner av samma filmprojekt samt ett brett spektrum av kringliggande material kunna presenteras sida vid sida. Denna möjlighet har dock än så länge sällan varit i fokus för något digitaliseringsprojekt.

Den här typen av frågor blir förstås än mer påträngande, för såväl forskare som kulturarvsinstitutioner, när det gäller material som redan från början producerats i digitalt format. Tre av de första filmerna som producerades av Göteborg & Co finns tillgängliga i SMDB, men precis som när det gäller de äldre filmer som studerats finns två av dem bara bevarade i en av sina flera versioner i databasen. När det gäller filmerna från 2010 och framåt finns de i de flesta fall att ta del av i flera av sina olika versioner

via Göteborg & Co:s kanal på Vimeo eller på kommunens hemsida. Den mer långsiktiga frågan blir hur materialet bevaras på sikt och blir möjligt att ta del av för framtida forskning.

### Ett intrikat samspel:

#### Estetik, ekonomi och materialitet

Ett viktigt resultat från avhandlingens analyser är att de kommunala stadsfilmer som studerats bör förstås i relation till ett intrikat samspel mellan en beställningsfilms funktion, materialitet, estetik, ekonomiska överväganden under produktion och distribution, och de kontexter den visades i. Detta har bland annat handlat om framställandet av dyra analoga filmkopior, som efter hand slits, och de ekonomiskt och praktiskt mest rationella sätten att framställa olika versioner av en film för distribution till olika språkområden. Det har också handlat om hur formmässiga grepp hos de studerade filmerna påverkats både av de kontexter filmerna var ämnade för, den mediala teknikens förutsättningar och ekonomiska beslut under filmernas förarbeten. Att produktionskostnaderna för många av filmerna var höga och att de var tänkta att användas under lång tid syns till exempel i det faktum att många av de äldre filmerna sällan lyfter fram specifika och tidsmässigt avgränsade händelser för att därigenom inte riskera att alltför snabbt bli daterade. Från 1990-talet och framåt blev det billigare och enklare att producera nya filmer och därigenom också allt vanligare att producera skraddarsytt material för specifika tillfällen och evenemang.

Tydligast kan dessa samband mellan estetik, ekonomiska överväganden och visningskontexter exemplifieras utifrån *Göteborg* från 1973. Att filmen saknar speakerröst skulle kunna ses som ett estetiskt val och i samstämmighet med de nya dokumentära filmströmningar som växte fram under 1960-talet. Det kan också ses som kongenialt med filmens ungdomliga stil och det sätt på vilket bilden av Göteborg konstrueras i filmen. Under förarbetet motiverades det dock med ekonomiska skäl och att man därigenom slapp framställa olika dyra språkversioner av filmen och avsevärt kunde förenkla den internationella distributionen. När filmen visades i föreningar, skolor och utbildningsmiljöer framhölls det emellertid som en brist att filmen saknade speakerröst. Filmen levde inte upp till sin förväntade funktion som informationsfilm i dessa specifika visningskontexter. Men att på det här sättet visa hur en film mottogs i olika sammanhang kräver ofta en typ av material som kan vara svårt att lokalisera eller som i många fall kanske inte ens finns bevarat. I fallet med *Göteborg* var

det tack vare att korrespondens från filmbiblioteket vid svenska ambassaden i Helsingfors och rapportkort från de skolor och föreningar som filmen via distributionsbolaget Starfilm lånats ut till, som dessa samband gick att kartlägga. För att kunna spåra den här typen av material krävs ett ofta mödosamt arbete och en lyhördhet för de riktningar materialet öppnar upp och inte ens då är det alltid möjligt att hitta fram till.

### Beställare och finansiärer:

#### Den kommunala stadsfilmens mångtydighet

En annan aspekt av hur formmässiga grepp hos de studerade filmerna påverkats av deras visningskontexter och beställningsfilmens tidsbundna konventioner gäller de sätt på vilka deras beställare och finansiärer syns i dem. Även om alla de studerade filmerna under förarbetet diskuterades som en del av kommunens arbete med reklam, propaganda, information och marknadsföring var det först i *Göteborg* från 1973 som kommunen explicit anges som filmens avsändare. Som tidigare forskning pekat på angavs sällan en films beställare eller finansiärer om den var ämnad för visning på biograf eller inom föreningar och skolundervisning.<sup>6</sup> Detta bekräftas av avhandlingens analyser där det var först under 1970- och 1980-talen som kommunen angavs som avsändare till filmer som visades i skolor och föreningar.

Till flera av filmerna fram till 1980-talet bidrog vid sidan om kommunen också ett flertal, framför allt privata, intressenter till finansieringen. Men första gången som en films finansiärer anges var i *Gothenburg: Gateway to Scandinavia* från 1983. Detta ska förstås i relation till att den filmen uteslutande var ämnad för visning i näringslivskontexter och inte alls för visning i till exempel skolor och föreningar. Även till *Göteborg* från 1973 och *Göteborg: Porten mot väster* från 1982 bidrog en lång rad privata företag och intresseorganisationer och offentliga bolag vid sidan om kommunens informationsavdelning till finansieringen. Dessa intressenter syns i filmerna genom det som i manuset till *Göteborg* kallades *Identifying shots*, där företagets eller organisationens namn tydligt syns i bild. I slutet av de två filmerna lyfts dock bara Göteborgs kommun fram som avsändare och de distribuerades i hög grad för visning i skolor och föreningar. Att filmernas finansiärer inte anges ska ses som ett sätt att ge filmerna en mer neutral framtoning för att därigenom kunna användas mot en lång rad olika målgrupper och i visningskontexter där det fanns behov av att filmerna inte alltför explicit skulle framstå som reklamfilmer för de företag som var med och finansierade dem.

När det gäller filmerna som producerades på beställning av Gothenburg Region Promotion Office, som grundades 1980, framstår de på ett mer tydligt sätt som beställningsfilmer, men det ska alltså förstås i relation till att de uteslutande producerades för näringslivskontexter med uttalat syfte att marknadsföra Göteborg och specifika delar av stadens näringsliv. Under början av 1990-talet blev marknadsföringen allt mer självklar, inte minst genom bildandet av det kommunala bolaget Göteborg & Co. Om de äldre filmerna, vid sidan av dem som producerades inom GRPO, kännetecknades av en mångtydighet och sällan explicit framstod som beställningsfilmer, var Göteborg & Co:s filmer mer tydligt inriktade på att marknadsföra staden som en del av bolagets satsningar på turism och evenemang, och de framstår också på ett uttryckligt sätt som reklamfilmer. De sätt på vilka filmernas beställare och finansärer explicit eller implicit framträder ska således förstås både i relation till beställningsfilmens tidsbundna konventioner och i relation till den kommunala politikens förändringsprocesser och det kommunala arbetet med reklam, information och marknadsföring.

### **Kommunal stadsfilm som reklam, information och marknadsföring**

Vid sidan om de bidrag avhandlingen ger till forskningen om beställningsfilm bidrar den också med ett längre historiskt perspektiv till forskningen om kommunal reklam, information och marknadsföring. Tidigare forskning om dessa praktiker har framför allt fokuserat på perioden efter 1970-talet, och kanske i synnerhet på 1990-talet och framåt, där marknadsföring setts som en del av den entreprenöriellt inriktade stadspolitik. Jag har kunnat visa hur filmmediet har varit ett framträdande och integrerat element av dessa praktiker under hela den studerade perioden, där Göteborgs kommun återkommande har beställt eller varit med och finansierat filmer om staden. För flertalet av projekten avsattes ansevärd ekonomiska resurser och flera av dem hade ett omfattande förarbete, där en lång rad kommunala organ och lokala institutioner och företag involverades.

Avhandlingens kartläggning och analyser visar på språkliga förskjutningar i det sätt på vilket filmprojekten benämns och diskuterats som ligger i linje med de förändringar som uppmärksammats inom tidigare historiskt inriktad forskning om reklam, propaganda och information. Under början av den studerade perioden, under 1930- och 1940-talen, användes framför allt termer som upplysning, reklam och propaganda.

Under 1960-talet användes alltså termen propaganda i en relativt neutral betydelse, men även termer som PR och goodwill. Under slutet av 1960- och början av 1970-talet blev kommunal information en allt mer diskuterad fråga och två av de studerade filmerna koordinerades av stadskansliets informationsavdelning som inrättades 1971. Från 1980-talet och framåt började termen marknadsföring att användas frekvent. Samtidigt visar de många olika målgrupper som flera av de äldre filmerna kom att visas för på termernas mångtydighet. Även de sätt på vilka filmernas beställare och finansärer explicit eller implicit framträder visar på de flytande gränserna mellan de olika termerna.

### **Från välfärd till entreprenörskap**

Genom avhandlingens längre historiska perspektiv har jag kunnat visa på förhistorien till den entreprenöriellt inriktade kommunala politiken, som i många svenska städer etablerades på bredare front i början av 1990-talet. Från 1980-talet och framåt intensifierades arbetet med reklam, information och marknadsföring och fick en mer institutionaliserad plats inom den kommunala organisationen. Fram till och med 1970-talet producerades en kommunal stadsfilm om Göteborg per decennium. Därefter blev antalet filmer mer omfattande. Fram till mitten av 1960-talet fattades beslutet om kommunens medverkan i de olika projekten i stadsfullmäktige. Från 1970-talet och framåt fattades det i stället av separata kommunala organ eller bolag, så som stadskansliets informationsavdelning, Gothenburg Region Promotion Office, Göteborg & Co och kommunikationsavdelningen på stadsledningskontoret.

I avhandlingen har jag kunnat visa att 1970- och 1980-talen bör ses som en övergångsperiod mellan den välfärdsstatliga och den mer marknadsinriktade kommunala politiken.<sup>7</sup> Under början av 1980-talet blev marknadsföring en allt mer diskuterad fråga inom kommunen, där flera nya organ och institutionaliserade former för marknadsföring etablerades i tätt samarbete mellan kommunen och det privata näringslivet. Under början av 1980-talet började också termen marknadsföring och uttryck som ”att sälja staden” att användas allt mer frekvent, inte minst inom Gothenburg Region Promotion Office, som grundades 1980. Samtidigt pekar de studerade projekten från 1980-talet både framåt och bakåt. Det första större filmprojekt som GRPO koordinerade syftade till att marknadsföra stadens offshoreindustrier, med förhoppningen att kunna hitta en ny inriktning för den hårt ansatta varvsbranschen i Göteborg, vilket kan ses som ett försök att hitta ett svar på krisen inom den fordristiska stadens



ramar. I materialet från 1980-talet framträder även en viss tveksamhet till en alltför hårt driven och tillrättalagd marknadsföring av staden.

Under 1990-talet blev marknadsföringen allt mer självklar och i motsats till den mångtydighet som präglade flera av de äldre filmproduktionerna, framstår Göteborg & Co:s filmer mer explicit som reklamfilmer med tydligt syfte att marknadsföra staden för att attrahera turister, evenemang och kongresser. Med den framväxande digitala tekniken möjliggjordes mer riktade produktioner, med korta och skraddarsydda objekt för specifika målgrupper och evenemang.

I avhandlingen har jag även kunnat visa att arbetet med kommunens marknadsföring och bredare kommunikation genomgick påtagliga förändringar i början av 2010-talet. Diskussionerna om kommunens varumärke blev alltmer framträdande, både när det studerade materialet riktade sig till målgrupper utanför staden och till dess invånare. Flera projekt sjösattes för att skapa en större samordning kring kommunens kommunikationspraktiker och för att skapa en större enhetlighet i det sätt på vilket staden representerades. Detta skulle tentativt kunna ses som en ny fas inom den entreprenöriellt inriktade stadspolitiken och det kommunala arbetet med information och marknadsföring.

Att besluten om filmproduktion från 1970-talet och framåt fattades inom separata kommunala organ och bolag, snarare än i stads- och kommunfullmäktige, gjorde att det sparade materialet var svårare att hitta fram till. När det gäller stadskansliets informationsavdelning och GRPO finns ett omfattande material bevarat, men på ett rörigt och inte särskilt systematiskt sätt. När det gäller bolaget Göteborg & Co, som grundades 1991, vars konstituering som ett offentligt-privat bolag kan ses som typisk för den entreprenöriellt inriktade stadspolitiken, har det varit svårt att få fram uppgifter om, och i så fall hur, äldre material sparats samt om hur jag som forskare kan ta del av det.

Samarbetet mellan privata och offentliga aktörer brukar lyftas fram som ett framträdande drag för den entreprenöriella stadspolitiken, men i Göteborgs fall har det pekats på hur de nya typerna av samarbete byggde vidare på liknande äldre former av samverkan, det som brukar kallas Göteborgsandan.<sup>8</sup> Nästan alla de studerade filmprojekten präglas, om än i varierande grad, av samarbeten mellan kommunen och privata aktörer, inte minst gällande filmernas finansiering. Att den här typen av samarbeten även var vanliga under den äldre delen av den studerade perioden, kan ses som ett uttryck för en särskild typ av samverkan mellan den privata och offentliga sektorn i Göteborg. Samtidigt är det tydligt hur dessa samarbeten fick en mer genomgripande betydelse för filmprojekten från

1970-talet och framåt. Huruvida samarbetet runt de äldre filmerna är särskilt utmärkande för Göteborg är också svårt att avgöra. Även i andra svenska städer var privata aktörer inblandade i de kommunala stadsfilmernas beställning och finansiering, vilket till exempel artiklarna i *Svenska stadsförbundets tidskrift* visar på.

## Bilden av Göteborg och styrningen av staden

Avhandlingens två andra frågeställningar var: Hur konstrueras bilden av Göteborg och stadens invånare i det audiovisuella materialet? Hur har det kommunala filmbruket och den konstruerade bilden av Göteborg fungerat som medel i styrningen av staden och dess invånare? För att svara på den första frågan och spåra förändringar och kontinuitet över tid har jag strävat efter att analysera de studerade filmerna på ett liknande sätt. Sammantaget kan analyserna i de olika kapitlen ses som en form av serieanalys där jag genom avhandlingens långa tidsperiod kunnat visa hur bilden av Göteborg och stadens invånare förändrats över tid. Här har Vonderaus tredje T, *topoi*, eller topik på svenska, fungerat som ett sätt att visa hur vissa teman, motiv och formmässiga grepp återkommit, försvunnit eller förändrats i de olika filmerna för att vid en given tidpunkt konstruera ett visst argument kring staden och dess utveckling.

Precis som när det gäller beställningsfilm generellt finns det få tidigare studier av (kommunal) stadsfilm från perioden efter 1960-talet. Det finns också få tidigare studier som på ett systematiskt sätt följer det sätt på vilket en viss stad representerats över tid. Genom det långa tidsperspektivet och det likartade upplägget i de olika kapitlen har jag kunnat visa på förskjutningar och trendbrott i det sätt på vilket Göteborg har representerats, vilka stadsdelar, monument och aspekter av staden som lyfts fram i de olika produktionerna. Detta har bland annat handlat om hur statyn av Poseidon i fontänen på Götaplatsen återkommande lyfts fram som en symbol för Göteborg, men hur de egenskaper som tillskrivits statyn och genom detta staden har förändrats över tid. Vidare har det handlat om hur väderleken i Göteborg skildrats och getts olika betydelser genom den studerade perioden. I flera filmer har Göteborg framställts som en solig sommarstad. I andra har stadens bistra klimat i närheten av havet i stället använts som ett sätt att understryka den särskilda lämplighet som stadens invånare har för påfrestande arbete ute till havs eller fungerat som ett försök att ge skildringen av staden en högre grad av autenticitet.

I det sätt på vilket bilden av Göteborg och stadens invånare konstruerats i de studerade filmerna går det särskilt att identifiera två återkommande

topiker. För det första den vikt som i flera av filmerna lagts vid stadens historia. Ofta har historien använts på ett strategiskt sätt, som ett slags aktivt historiebruk, där valda delar av stadens historia lyfts fram för att stödja ett samtida argument kring staden, dess utveckling och invånare. Historien har också använts på ett över tid skiftande sätt för att koppla staden till den nationella nivån eller, tvärtom, för att betona dess kopplingar till länder runt om i världen och den kosmopolitiska andan hos stadens invånare. Den andra återkommande topiken, som ska ses som sammankopplad med den temporala, handlar om stadens rumsliga placering och relation till omvärlden. Som genomgången av de studerade filmerna i kapitlets inledning visar är denna rumsliga topik och stadens funktion som en port till och från Sverige eller Skandinavien framträdande redan i titlarna till en majoritet av filmerna fram till och med 1980-talet. I titlarna till filmerna från 1990-talet och framåt läggs däremot liten vikt vid stadens rumsliga relation till omvärlden. Två andra återkommande teman, vars inbördes relation förändrats över tid, är Göteborgs roll som hamnstad och stadens industriella produktion respektive dess utbud av turistiska sevärdheter, nöjen och konsumtion. De sätt på vilka bilden av Göteborg och dess invånare konstruerats genom dessa topiker och teman ska förstås i relation till stadens sociala och politiska förändringsprocesser. De ska också förstås i relation till avhandlingens tredje frågeställning och de sätt på vilka det studerade kommunala filmbruket fungerat som ett medel i styrningen av staden.

### Styrningen av staden mellan framsteg och gemenskap

Som framgått har kommunens medverkan och engagemang i de olika projekten varierat. Kring flera av projekten har kommunen haft en ganska tillbakadragen roll, även om den bidrog till en ofta stor del av filmernas finansiering. Dessa projekt är svåra att direkt förstå som medel i styrningen av staden. De projekt där kommunen hade en mer aktiv roll har på ett mer tydligt sätt fungerat som medel i styrningen av staden och dess invånare. Det gäller såväl de syften filmerna producerades med, hur de kom att visas och de sätt på vilka bilden av Göteborg konstruerats, om än på över tid skiftande sätt. Inte minst har tyngdpunkten och relationen mellan de ovan diskuterade topikerna och mellan de två målen framsteg och gemenskap, som Mukhtar-Landgren lyft fram som centrala för den kommunala planeringen, förändrats i de olika filmprojekten.

*Sveriges port mot väster/Staden vid Västerhavet* från 1946 var ett omfattande projekt från stadens sida. Den längre filmen inom projektet, *Sveriges port*

*mot väster*, riktade sig i första hand till stadens invånare och syftade till att informera om och skapa acceptans för den alltmer omfattande välfärdspolitiken, men också till att förbättra göteborgarnas lokalkännedom och till att stärka banden mellan kommunen och invånarna i staden. I analysen av filmen argumenterade jag för att den kan ses som både ett medel för och en representation av det Foucault kallar pastoral makt, där kommunen tar hand om sina invånare från barndom till ålderdom. Inte minst kommunens omsorg om stadens barn var ett framträdande tema, med stark tonvikt på hälsa, utbildning och fostran. I filmen fanns en stark betoning på stadens historia och det uttrycktes att stadens grundare, den svenske kungen Gustav II Adolf, kunde "blicka ner från sin himmel och se att verket är gott". I likhet med flera av de äldre filmerna kopplades stadens historia till den svenska nationalstaten. I filmen betonades också något av en konflikt mellan stadens historiska bebyggelse och moderna utveckling, men kommunen lyftes fram som en pålitlig aktör som tog ansvar för att balansera nybyggnationerna och bevarandet av *äldre* kvarter. I filmen var Göteborgs roll som hamn- och industristad och importen och exporten av varor ett framträdande tema. Genom en skildring av den storskaliga och påfrestande varvsmiljön, där dess stökiga och påträngande ljudbild underströks både av speakerrösten och med hjälp av pålagda miljöljud, betonades de göteborgska varvsarbetarnas yrkesmässiga kunnskap och vana vid varvens tuffa arbetsförhållande. Filmen kan ses som ett försök att skapa en slags syntes mellan de två målen framsteg och gemenskap. Skildringen av Göteborgs varvsarbetare som skickliga och tåliga fungerade både som ett sätt att presentera industristadens utbud av arbetskraft och som ett sätt att skapa en lokal gemenskap och stolthet kring stadens roll som hamn- och varvsstad. Filmen blev dock något av ett misslyckande och det är oklart i vilken omfattning den i slutändan kom att visas för stadens invånare. Under andra halvan av 1940-talet saknades det helt enkelt etablerade lokala visningskontexter och därigenom möjlighet att skapa dispositiv för den här typen av film.

Även *Göteborg – Hjärtpunkt i Norden* från 1964 var en stor satsning från stadens sida. Det är dock tydligt att det hade skett förskjutningar i den välfärdsstatliga politiken och tyngdpunkten låg mer på framsteget än på skapandet av en lokal gemenskap eller acceptans för den förda politiken. I linje med argumentationen kring stadens framåtskridande utveckling betonades att Göteborg var en ung stad och liten vikt lades vid stadens historia. Stadens framgångsrika industrier och alltmer utbyggda välfärd var framträdande teman och den unge stadsplaneraren som filmen strukturerades kring framstår som en närmast övertydlig symbol för den

välfärdsstatliga planeringen. I analysen av filmen argumenterade jag för att den kan ses som en representation av en biopolitisk styrning, med statistik, planering och expertis som centrala komponenter, där stadens befolkning betraktas som en helhet snarare än som enskilda individer. Även i *Göteborg – Hjärtpunkt i Norden* var stadens hamn och dess roll som ett nav för flödet av varor till och från Sverige en framträdande del. Betoningen av Göteborgs funktion som en port till och från Sverige och Skandinavien i såväl *Sveriges port mot väster*, *Göteborg – Hjärtpunkt i Norden* som flera av de andra äldre filmerna ska förstås i relation till den centrala position som cirkulationen av varor och kapital och styrningen av dessa flöden hade inom den fordistiska ekonomin. Även om det ursprungliga syftet med *Göteborg – Hjärtpunkt i Norden* var att propagera för Göteborgs roll som industristad mot ett internationellt näringsliv kom filmen under mer än ett decenniums tid att visas för en lång rad målgrupper, så väl inom staden som runt om i Sverige. Nu fanns också en lång rad visningskontexter tillgängliga och filmen distribuerades både genom flera privata filmbolag och genom välfärdsstatliga organ och institutioner som SJ:s filmavdelning och de regionala AV-centralerna. Genom de senare fanns filmen tillgänglig för visning i skolor både i Göteborg och runt om i landet under mer än ett decenniums tid och här kunde dispositiv skapas för att styra bilden av staden inom ramen för den svenska skolundervisningen i geografi och hembygdskunskap.

Under 1990-talet etablerades en mer liberaliserad och marknadsinriktad styrning av staden och de filmer som producerades på beställning av Göteborg & Co under 1990- och början av 2000-talet var tydligt ämnade för att marknadsföra staden, snarare än för att visa upp välfärdsstatliga satsningar. I filmerna lades liten vikt både vid stadens historia och vid dess rumsliga position och relation till omvärlden. I stället betonades stadens vänliga atmosfär och dess utbud av konsumtion, nöjen och evenemang. Om stadens rumsliga relationer med omvärlden och flödet av varor och kapital var ett framträdande tema i filmerna från den fordistiska perioden, framstår det inom den postfordistiska ekonomin som mer centralt att skapa en viss säljande atmosfär kring staden, för att på så sätt attrahera turister och investeringar. Och om yrkeskunnigheten hos stadens invånare och dess funktion som arbetskraft lyftes fram i *Sveriges port mot väster*, framställdes de i filmerna från 1990- och början av 2000-talet snarare som konsumenter av stadens utbud av nöjen och evenemang och som en del av de stora folkmassornas uppsluppna stämning. Det sätt på vilket staden och dess invånare representeras kan ses som ett försök att skapa en lokal gemenskap runt de nya satsningarna på turism och evenemang. Filmerna

var dock i första hand riktade till aktörer inom turismnäringarna och i liten utsträckning till stadens invånare.

Under början av 2010-talet började allt fler delar av kommunens verksamheter att inkluderas i marknadsföringen. Inom såväl Göteborg & Co som stadskansliets kommunikationsavdelning sattes nya strategier för att skapa en mer enhetlig kommunikation kring och marknadsföring av staden och dess varumärke. Detta kan ses som ett sätt att försöka kontrollera och styra bilden av staden, där stadens invånare i allt högre grad blev både en resurs och en målgrupp för marknadsföringen och kommunikationsarbetet. Filmen *Hållbar stad öppen för världen* från 2015 var en del av stadskansliets nya kommunikationsstrategi för hela staden och alla dess verksamheter, där såväl invånare som turister och näringsliv inkluderades som målgrupper. I filmen fanns en stark betoning på Göteborgs historia som hamnstad, som användes som ett sätt för att lyfta fram stadens mångfald och hur dess invånare genom historien kännetecknats av en särskild öppenhet mot omvärlden. Här gjordes ingen referens till den svenske kungens roll i stadens grundande. I stället betonades det holländska inflytandet under stadens första år och den skotska och brittiska betydelsen för dess ekonomiska utveckling. Genom att lyfta fram den mångfald som präglade stadens invånare kan filmen ses som ett försök att skapa en syn mellan stadens utveckling och formandet av en lokal gemenskap, där alla i staden, oavsett bakgrund och position, inkluderades och jobbade tillsammans för stadens bästa. Den kan också ses som ett sätt att skapa en syn mellan det Mukhtar-Landgren kallar en homogen respektive heterogen gemenskap. Genom att konstruera bilden av en stad både präglad av mångfald och gemenskap kan filmen, mer konkret, ses som ett sätt att skyla över den politiska konflikten kring stadens etniska polarisering och ojämlika utveckling, utan att adressera grundläggande motsättningar mellan kommunens olika mål. Mångfalden hos stadens invånare framstår också som en positivt laddad egenskap, som kan läsas i ljuset av Floridas inflytelserika teorier om den kreativa klassen, något som blir en resurs för att visa stadens öppenhet för internationella impulser i en allt mer globaliserad ekonomi. Detta kan förstås i relation till de förändringar som den välfärdsstatliga styrningen genomgick under slutet av 1900-talet. Som bland annat Rose argumenterat för syftade den välfärdsstatliga politiken till att styra genom samhället. Inom den liberaliserade politik som växte fram under slutet av 1900-talet blev styrningen snarare ett medel för att skapa en slags idealbild av hur stadens invånare borde vara.

De filmprojekt som var omfattande satsningar från kommunens sida har således fungerat som en del av kommunens politiska styrning vid den



givna tidpunkten och lagda bredvid varandra belyser de olika aspekter av de förändringar som den kommunala politiken och arbetet med reklam, information och marknadsföring genomgick under den studerade perioden. Analyserna visar också att den bild som konstruerats av Göteborg och dess invånare i de olika filmerna är tätt knuten till stadens sociala och politiska förändringsprocesser och hur valda delar av stadens historia, geografiska placering, väderlek och så vidare använts på ett strategiskt och över tid skiftande sätt i denna konstruktion.

### Kommunal stadsfilm i den fordistiska och postfordistiska staden

Utifrån denna genomgång och det sätt på vilket bilden av Göteborg och dess invånare konstruerats vill jag argumentera för att det går att identifiera två olika representationsformer för den fordistiska respektive postfordistiska staden. Dessa sätt att representera staden skulle kunna beskrivas som den fordistiska respektive den postfordistiska stadens kommunala stadsfilm. Även om Göteborg har sina speciella historiska förutsättningar kan det antas att dessa representationsformer på ett övergripande plan även är giltiga för andra svenska städer från samma period.

Den fordistiska staden representerades i hög grad som en helhet, inte sällan genom den återkommande temporala topiken ”En dag i staden”. Denna topik var emblematiske för mellankrigstidens storstadssymfonier, men var under den välfärdsstatliga perioden även frekvent förekommande i de kommunala stadsfilmer som stått i fokus för den här avhandlingen. Den fordistiska stadens kommunala stadsfilm kännetecknas också av en betoning på stadens historia och framtida utveckling, om än på varierande sätt, och dess rumsliga relationer med omvärlden. Även den industriella produktionen, den alltmer utbyggda välfärden och invånarnas lämplighet och funktion som arbetskraft var framträdande komponenter.

Den postfordistiska stadens kommunala stadsfilm är i stället mer fragmentarisk, med fokus på konsumtion, nöjen och evenemang, och med liten betoning på vare sig stadens historia eller dess utveckling. Där den fordistiska stadens stadsfilm i hög grad präglades av en förment sakligt orienterad diskurs, framstår den postfordistiska stadens stadsfilm som mer direkt säljande med ett överflöd av efemära tecken och ett konstgjort och generiskt stilistiskt uttryck. Här kan 1970- och 1980-talen ses som en övergångsperiod, där de studerade filmerna har drag som både pekar fram mot den postfordistiska staden och drag som liknar de sätt på vilka den fordistiska staden representerades.

Men även om det på ett övergripande plan går att identifiera två skilda typer av kommunala stadsfilmer i den fordistiska respektive postfordistiska staden, bör också de skillnader som går att se inom respektive period betonas. I Bengtssons tentativa diskussion om det han kallar regionfilm framstår den audiovisuella representationen av den välfärdsstatliga perioden som relativt enhetlig.<sup>9</sup> Utifrån avhandlingens analyser, till exempel jämförelsen mellan *Sveriges port mot väster* och *Göteborg – Hjärtpunkt i Norden* ovan, är det tydligt att det går att se påtagliga skillnader och förändringar även mellan de olika filmerna under den välfärdsstatliga perioden. Det gäller inte minst det sätt på vilket stadens historia och framtida utveckling skildrats och givits betydelse.

På liknande sätt är det tydligt att det under åren kring 2010 skedde förskjutningar i de sätt på vilka den postfordistiska staden representerades. Här syns ett tydligt trendbrott mellan de två filmerna *go: Meet the world in Gothenburg* från 2010 och den korta filmen *One voice* 2013. Där den förra filmen hade ett bombastiskt anslag och Göteborg beskrevs som ”A place that has it all”, underströks i den senare att Göteborg inte var störst eller bäst och heller aldrig strävat efter att vara det. Framväxten av sociala medier och digitala plattformar som Vimeo och Youtube under åren kring 2010 innebar också nya förutsättningar för produktionen, distributionen och visningen av audiovisuellt material. Förändringarna i de sätt på vilka staden representeras ska således både förstås i relation till den kommunala politikens förändringsprocesser och i relation till den mediala teknikens omvandlingar och de tidsbundna formerna för produktion, distribution och visning av audiovisuellt material.

### Framtida forskning

Avhandlingens resultat pekar mot flera potentiella områden för framtida forskning, när det gäller såväl studiet av beställningsfilm som relationen mellan stad/plats och audiovisuella medier. Ett första område handlar om den nationella och internationella distributionen av beställningsfilm, som än så länge inte studerats systematiskt, det vill säga hur filmer rörde sig mellan olika visningskontexter och redigerades om eller på andra sätt anpassades till dessa. Här vill jag utifrån avhandlingens analyser särskilt argumentera för det fruktbara i att kombinera Elsaessers tre A:n och Vonderaus begrepp *topographies* och *transient objects* som ett sätt att kartlägga och analysera dessa processer och synliggöra den heterogenitet som ofta kännetecknat dem.

Ett andra område handlar om lokal filmhistoria och lokala filmpraktiker

och relationen mellan nationella och lokala bolag och aktörer. Alla filmer fram till 1970-talet producerades av nationella bolag, även om lokalt verkssamma filmare i några fall utvecklade manus eller var fotografer till filmerna. Redan under 1950-talet återfinns dock ett flertal lokala filmbolag i det studerade materialet, som inkom med förslag till filmer om Göteborg, och från 1980-talet och framåt producerades flera av filmerna av lokalt verkssamma bolag. Här syns bolag som Fresco Film, Cinag och Intervideo, lokala filmaktörer som lämnat få spår i de nationella filmarkiven och databaserna. Utifrån bevarat filmmaterial hos Göteborgs stadsmuseum och Regionarkivet i Göteborg är det också tydligt att aktörer som Göteborgs spårvägsstyrelse och varven Eriksberg och Götaverken har haft en omfattande filmverksamhet och det kan antas att denna filmproduktion i hög grad ombesörjdes av lokala filmarbetare och bolag.<sup>10</sup> Den här typen av lokala aktörer och filmpraktiker, i Göteborg och andra svenska städer, är fortfarande närmast utforskad inom svensk filmhistorisk forskning.

Ett tredje område handlar om relationen mellan beställningsfilm och andra mediala tekniker, inkluderande både trycksaker och andra typer av projicerad bild. När det gäller filmerna fram till 1980-talet visades flera av dem i kontexter där olika former av bildspel, med eller utan ljud, var en minst lika vanlig medial teknik som film. Detta framstår som än mer relevant i relation till filmerna från 1990-talet och framåt. Eftersom filmerna spreds via hemsidor och digitala kanaler hade de i en mer utvecklad analys kunnat studeras i relation till andra typer av visuellt material inom en organisation som Göteborg & Co, såsom bolagets hemsida och konton på sociala medier. Avhandlingens resultat pekar också mot mer utförliga analyser av databasens roll i produktionen av audiovisuellt material som en möjlig väg för framtida forskning. Det skulle bland annat kunna handla om det sätt på vilket materialet och enskilda tagningar och sekvenser märks upp i databasen och hur det sedan väljs ut till specifika produktioner. Precis som när det gäller omfattande samlingar av beställningsfilm producerade för internt bruk inom ett företag och en organisation, där det sällan är meningsfullt att lyfta fram en enskild film som särskilt värdefull att studera, framstår här en mer utvecklad form av serieanalys som en potentiellt fruktbar väg för framtida studier.

Ett fjärde område rör bredare studier av stadsfilm och andra former av lokal film. I föreliggande studie har kommunala stadsfilmer från en specifik stad, med sin speciella historiska utveckling, studerats över tid. Det kan antas att flera av studiens resultat även är giltiga för liknande städer i Sverige, men det är också möjligt att en studie av liknande filmer från städer av annan storlek, eller med andra ekonomiska, kulturella och

politiska förutsättningar, hade synliggjort andra aspekter. Här öppnar studiens resultat upp för jämförande analyser av stadsfilmer och kommunalt filmbruk mellan städer av olika karaktär.

★

Den studerade tidsperioden i den här avhandlingen sträcker sig fram till 2015. Som exemplet med reklamfilmen för Staffanstorp från 2019 exemplifierar har den politiska debatten under de fem år som förflutit sedan dess blivit allt mer polemisk och polariserad. Arbetet med avhandlingen slutfördes under 2020 och det är förstås svårt att inte ta spridningen av det nya coronaviruset som utvecklades till en pandemi och hur den påverkar en stad som Göteborg i beaktande när det nu är dags att sätta punkt. Under hösten 2020 fattades till exempel beslutet om att på grund av pandemin flytta fram firandet av stadens 400-årsjubileum, som var planerat till 2021, två år. Detta kan ses som en pendang till flytten av Göteborgsutställningen, och firandet av stadens 300-årsjubileum, från 1921 till 1923, på grund av den ekonomiska osäkerheten efter första världskriget. Under sommaren 2020 avstannade också byggandet av skyskrapan Karlatornet, men återupptogs i slutet av året när nya investerare var säkrade. När dessa sista sidor skrivs går det ännu inte att veta vilken långsiktig inverkan pandemin får på den globala och på den lokala ekonomin i Göteborg. I vilken omfattning kommer alla de storskaliga stadsbyggnadsprojekten, så som de representeras i *Hållbar stad öppen för världen* och filmen för stadsutvecklingsprojektet Älvstaden, med sina stora virtuella byggnadskroppar, i slutändan att bli verklighet?

I spåren av de brister som pandemin avslöjat inom den kommunala äldreomsorgen och den regionala sjukvårdens beredskap höjdes också röster om att mer makt och befogenheter borde placeras hos staten. Genom pandemin återaktualiserades frågan om maktbalansen mellan de statliga, regionala och kommunala nivåerna. Under pandemins första år gick det även att se en förändrad diskussion om storstaden som livsmiljö, där det centrala boendets attraktivitet, med närhet till ett stort utbud av konsumtion och nöjen utanför hemmet, inte längre framstod som lika självklar. Kanske kan andra halvan av 2010-talet ses som början till slutet för den liberaliserade sociala och ekonomiska politik och de urbana drömmar som präglade de senaste decennierna. Hur det kommunala audiovisuella mediebruket och konstruktionen av bilden av Göteborg kommer att ta sig uttryck framgent är en öppen fråga.

## Noter

### 1. Inledning

1. ”Stadens reklamorgan”, *Svenska stadsförbundets tidskrift*, nr 9 1937, 498.
2. ”Stadsfilmer – för eftervärlden och som reklam”, *Svenska stadsförbundets tidskrift*, nr 9 1937, 498.
3. Utöver de refererade notiserna se till exempel: ”Anslag till reklam för städer såsom turist- eller industriorter”, *Svenska stadsförbundets tidskrift*, nr 6 1934, 379–380; ”Reklamen i kommunens tjänst”, *Svenska Stadsförbundets tidskrift*, nr 5 1937, 267–268; ”Städerna och reklamen”, *Svenska stadsförbundets tidskrift*, nr 8 1938, 457–459.
4. ”Stadens reklamorgan”, 1937, 498.
5. ”Stadsfilmer – för eftervärlden och som reklam”, 1937, 498. Se även: ”Stadsfilmer”, *Svenska stadsförbundets tidskrift*, nr 4 1938, 242.
6. Som idéhistorikern Elin Gardeström har visat fanns det under 1930-talet ingen vedertagen distinktion mellan begreppen propaganda och reklam i Sverige. Elin Gardeström, *Reklam och propaganda under svenskt 1930-tal* (Huddinge: Söderströms Högskola, 2018).
7. För en kritisk diskussion om Stockholms slogan se: Mats Franzén, ”Varumärkets kortslutning: 'Stockholm the capital of Scandinavia'”, *Kultur og Klasse*, nr 109 2010, 119–132.
8. Göteborgs stad, kommunstyrelsen, § 212 *Kommunikationsstrategi för staden: huvudbudskap för stadens kommunikation*, protokoll 10, 26/3 2014, [https://www5.goteborg.se/prod/intraservice/namndhandlingar/namndhandlingararkiv/samrumportalarkiv.nsf/0/79f29580951f159dc1257cca0045ad7c/\\$file/pr\\_20140326.pdf](https://www5.goteborg.se/prod/intraservice/namndhandlingar/namndhandlingararkiv/samrumportalarkiv.nsf/0/79f29580951f159dc1257cca0045ad7c/$file/pr_20140326.pdf), (Senast kontrollerad 14/1 2021), 18.
9. ”Stadens film”, Göteborgs stad, [https://goteborg.se/wps/portal/start/kommun-o-politik/hallbar-stad--oppen-for-varlden/stadens-film!/ut/p/z1/04\\_Sj9CPykyssyoxPLMnMzovMAfIj08ziQw0NAi2cDB0NLCzdDQwczcXN-PYNdggwMXA31wwkpiAJKG-AAjgb6BbmhigDBmK6r/dz/d5/L2dBISEvZ0F-BIS9nQSEh/](https://goteborg.se/wps/portal/start/kommun-o-politik/hallbar-stad--oppen-for-varlden/stadens-film!/ut/p/z1/04_Sj9CPykyssyoxPLMnMzovMAfIj08ziQw0NAi2cDB0NLCzdDQwczcXN-PYNdggwMXA31wwkpiAJKG-AAjgb6BbmhigDBmK6r/dz/d5/L2dBISEvZ0F-BIS9nQSEh/), (Senast kontrollerad 14/1 2021).
10. Se till exempel: Gardeström, 2018.
11. Se till exempel: Mats Jönsson, ”Non-fiction film culture in Sweden circa 1920–1960: Pragmatic governance and consensual solidarity in a welfare state”,

*A companion to Nordic cinema*, red. Mette Hjort & Ursula Lindqvist (Hoboken: John Wiley & Sons Inc., 2016), 125–147; Ian Aitken, *Film and reform: John Grierson and the documentary film movement* (London: Routledge, 1990).

12. Anna Kåring Wagman, *Stadens melodi: Information och reklam i Stockholms kommun 1930–1980* (Stockholm: Stockholmia förlag, 2006).

13. Ett undantag utgörs av Astrid Söderbergh Widdings arbete *Stumfilm i brytningstid: Stil och berättande i Georg af Klerckers filmer*, om regissörens arbete vid Hasselblad i Göteborg 1915–1917, som ligger utanför denna studies tidsperiod och intresseområde. Söderbergh Widding är framför allt fokuserad på att lyfta fram af Klerckers tidigare negligerade plats inom den filmhistoriska forskningen och studien är i hög grad skriven från en nationellt orienterad horisont. Att af Klercker innan perioden vid Hasselblad arbetade för Svenska Bio i Stockholm blir, som Ingrid Stigsdotter påpekat, ”en slags kvalitetsstämpel i motsats till det provinsiella Göteborg”. Astrid Söderbergh-Widding, *Stumfilm i brytningstid: Stil och berättande i Georg af Klerckers filmer* (Stockholm: Aura, 1998); Ingrid Stigsdotter, ”Moderna Malmö”, ”*Skosmörja eller arkivdokument?*”: *Om Filmarkivet.se och den digitala filmhistorien*, red. Mats Jönsson & Pelle Snickars (Stockholm: Mediehistoriskt arkiv, 2012), 196.

14. Som Devin Oregon, Marsha Oregon och Dan Streible argumenterar för skedde projektet att etablera filmvetenskapen som vetenskaplig disciplin, där fokus länge låg på biografen som visningskontext, de stora (manliga) auteurerna och de konstnärliga landvinningarna inom spelfilmen, till stor del på bekostnad av att andra delar av filmhistorien exkluderades. Devin Oregon, Marsha Oregon & Dan Streible, *Learning with the lights off: Educational film in the United States* (Oxford/New York: Oxford University Press, 2012), 4–5.

15. C. Claire Thomson, *Short films from a small nation: Danish informational cinema 1935–1965* (Edinburgh: Edinburgh University Press, 2018a), 5.

16. För en diskussion om filmarkivet.se och etableringen av filmarkivet i Grängesberg se: Mats Jönsson, ”’Liknande uppdrag med omvänd prioritering’: *Ny svensk filmforskning och filmarkivet.se*”, *Den nya svenska filmen: Kultur, kriminalitet och kakafoni*, red. Erik Hedling & Ann-Kristin Wallengren (Stockholm: Atlantis, 2014), 187–209. För en bakgrund se även den statliga utredningen *Bevara dokumentärfilmens kulturarv*: SOU 1999:41, *Bevara dokumentärfilmens kulturarv*. I antologin ”*Skosmörja eller arkivdokument?*” diskuteras utifrån olika infallsvinklar digitaliseringen av det filmhistoriska arvet i relation till filmarkivet.se. Mats Jönsson & Pelle Snickars red., ”*Skosmörja eller arkivdokument?*”: *Om Filmarkivet.se och den digitala filmhistorien* (Stockholm: Mediehistoriskt arkiv, 2012).

17. Pelle Snickars kallar filmarkivet.se för ”A failed film archival project” och argumenterar för att det misslyckats balansera olika målgruppers behov och intressen: å ena sidan forskares behov av tillgång till största tänkbara mängd material och möjlighet att sätta det samman med kontextualiserande källor och å andra sidan ett mer kurerat urval av filmer för en intresserad allmänhet. Pelle Snickars, ”Remarks on a failed film archival project”, *Journal of Scandinavian Cinema*, vol. 5 nr 1 2015, 63–67.



18. Detta diskuterar Stigsdotter i en text om filmmaterial från Malmö på sajten. Stigsdotter, 2012.

19. Frank Kessler, "Historische Pragmatik", *montage AV: Zeitschrift für Theorie und Geschichte audiovisueller Kommunikation*, vol. 11 nr 2, 2002, 104–112; Thomas Elsaesser, "Archives and Archaeologies", *Films that work: Industrial film and the productivity of media*, red. Vinzenz Hediger & Patrick Vonderau (Amsterdam: Amsterdam University Press, 2009), 19–34; Yvonne Zimmermann, "Dokumentarischer Film: Auftragsfilm und Gebrauchsfilm", *Schaufenster Schweiz: Dokumentarische Gebrauchsfilme 1896–1964*, red. Zimmermann (Zürich: Limmat Verlag, 2011), 35; Patrick Vonderau, "Introduction: On advertising's relation to moving pictures", *Films that sell: Moving pictures and advertising*, red. Bo Florin, Nico de Klerk & Patrick Vonderau (London: Palgrave, 2016a), 2–4.

20. Elsaesser, 2009, 22–24.

21. Se exempelvis: David B. Clarke red., *The cinematic city* (London: Routledge, 1997); Charlotte Brunson, "The attractions of the cinematic city", *Screen*, vol. 53 nr 3 2012, 209–227.

22. Vinzenz Hediger & Patrick Vonderau red., *Films that work: Industrial film and the productivity of media* (Amsterdam: Amsterdam University Press, 2009); Charles R. Acland, & Haidee Wasson red., *Useful Cinema* (Durham/London: Duke University Press, 2011); Oregon, Oregon & Streible, 2012; Bo Florin, Nico de Klerk & Patrick Vonderau red., *Films that sell: Moving pictures and advertising* (London: Palgrave, 2016). Senare studier inkluderar antologierna *Cinemas military complex* och *The institutionalization of educational cinema: North America and Europe in the 1910s and 1920s*, samt Kit Hughes monografi *Television at work: Industrial media and American labor*. Även antologin *Researching newsreels: Local, national and transnational case studies* kan nämnas även om den inte explicit skriver in sig i *useful cinema*-fältet. Haidee Wasson & Lee Grieveson red., *Cinemas military complex* (Oakland, California: University of California Press, 2018); Marina Dahlquist & Joel Frykholm red., *The institutionalization of educational cinema: North America and Europe in the 1910s and 1920s* (Bloomington, Indiana: Indiana University Press, 2019); Kit Hughes, *Television at work: Industrial media and American labor* (Oxford: Oxford University Press, 2020); Ciara Chambers, Mats Jönsson & Roel Vande Winkel red., *Researching newsreels: Local, national and transnational case studies* (Cham, Schweiz: Palgrave Macmillan, 2018).

23. Yvonne Zimmermann red., *Schaufenster Schweiz: Dokumentarische Gebrauchsfilme 1896–1964* (Zürich: Limmat Verlag, 2011). Även den tyskspråkiga tidskriften *montage AV* var tidigt ute, 2005 och 2006, med två temanummer om *Gebrauchsfilm*. *Montage AV: Zeitschrift für Theorie und Geschichte audiovisueller Kommunikation*, vol. 14 nr 2 2005; *montage AV: Zeitschrift für Theorie und Geschichte audiovisueller Kommunikation*, vol. 15 nr 1 2006.

24. Thomson, 2018a, 7.

25. Frank Kessler & Eef Masson, "Layers of cheese: Generic overlap in early non-fiction films on production processes", *Films that work: Industrial film and the productivity of media*, red. Vinzenz Hediger & Patrick Vonderau (Amsterdam:

Amsterdam University Press, 2009), 75.

26. Acland & Wasson red., 2011.

27. Zimmermann, 2011, 35–36

28. Erik Florin Persson & Emil Stjernholm, "Ett filmbolag i samhällets tjänst? Svensk Filmindustri och skolfilmens flytande gränser", *Efterkrigstidens samhällskontakter*, red. Fredrik Norén & Emil Stjernholm (Lund: Mediehistoriskt arkiv, 2019), 46.

29. Se till exempel: Zimmermann, 2009, 101–102.

30. Se till exempel: Zimmermann, 2011, 82–83.

31. Prelinger diskuterar i en intervju i antologin *Films that work* just svårigheten att fastslå vad som konstituerar ett verk. I en analys av samlingar av privatfilm i Grängesberg identifierar Cecilia Mörner ett liknande problem. Materialet i dessa samlingar har sällan genomgått någon egentlig redigering och det är svårt att i materialet urskilja några filmer som klart avgränsade enheter. Patrick Vonderau, "Vernacular archiving: An interview with Rick Prelinger", *Films that work: Industrial film and the productivity of media*, red. Vinzenz Hediger & Patrick Vonderau, (Amsterdam: Amsterdam University Press, 2009), 53–54; Cecilia Mörner, "Vårt att minnas: nedslag i privata filmsamlingar från 1960–1980-talen", *Självbilder: Filmer från Västmanland*, Mats Jönsson & Cecilia Mörner (Grängesberg: Svenska Filminstitutet, 2006), 69–107.

32. Anna Heymer & Patrick Vonderau, "Industrial film: An analytical bibliography", *Films that work – Industrial film and the productivity of media*, red. Vinzenz Hediger & Patrick Vonderau (Amsterdam: Amsterdam University Press, 2009), 407.

33. Detta gäller inte minst 1920-talets modernistiska filmkultur. Inom ramen för det senaste decenniets filmhistoriska nyorienteringar har dessa strömningar börjat omvärderas och flera forskare har visat hur många av de filmer som var en del av detta kanoniserade avantgarde var en form av beställningsfilmer som ska förstås i relation till det framväxande konsumtionssamhället och deras privata och offentliga beställare. Detta gäller till exempel en filmskapare som Walter Ruttmann, som brukar lyftas fram som en central gestalt inom 1920-talets modernistiska avantgarde med den tongivande stadsfilmen *Berlin, en storstadssymfoni* som ett av de främsta exemplen. Mindre uppmärksammade är Ruttmanns filmer från 1933 och framåt som producerades på beställning av den nya tyska regimen. Michael Cowan har dock visat på kontinuiteten mellan dessa perioder. Även under 1920-talet ägnade sig Ruttmann åt reklam- och beställningsfilm, producerade på uppdrag av industri- och transportföretag, statliga myndigheter och privata och offentliga organisationer. Enligt Cowan ska dessa beställningsfilmer inte förstås som en kompromiss utan som en del av ett bredare projekt och intresse under 1920-talet i Weimarrepubliken för reklam och för att bruka film och andra konstformer för nyttiga ändamål, som en form av *Nutzkunst* och *Gebrauchskunst*. Michael Cowan, *Walter Ruttmann and the cinema of multiplicity: Avantgarde, advertising, modernity* (Amsterdam: Amsterdam University Press, 2014). Se även: Thomas Elsaesser & Malte Hagener, "Walter Ruttmann 1929", 1929: *Beiträge zur Archäologie der*

*Medien*, red. Stefan Andriopoulos & Bernhard J Dotzler (Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag, 2002); Yvonne Zimmermann, "The avant-garde, education and marketing: The making of non-theatrical film culture in interwar Switzerland", *The emergence of film culture: Knowledge production, institution building, and the fate of the avant-garde in Europe, 1919–1945*, red. Malte Hagener (New York: Berghahn Books, 2014).

34. Hediger & Vonderau, 2009a, 10.

35. Thomson, 2018a, 13.

36. Yvonne Zimmermann, "What Hollywood is to America, the corporate film is to Switzerland: Remarks on industrial film as utility Film", *Films that work: Industrial film and the productivity of media*, red. Vinzenz Hediger & Patrick Vonderau (Amsterdam: Amsterdam University Press, 2009), 102–104; Vinzenz Hediger & Patrick Vonderau, "Record, rhetoric, rationalization: Industrial organization and film", *Films that work: Industrial film and the productivity of media*, red. Hediger & Vonderau (Amsterdam: Amsterdam University Press, 2009b), 36–37.

37. Mats Jönsson & Pelle Snickars red., *Medier och politik: Om arbetarrörelsens mediestrategier under 1900-talet* (Stockholm: Mediehistoriskt arkiv, 2007); Erik Hedling & Mats Jönsson red., *Välfärdsbilder: Svensk film utanför biografen*, (Stockholm: Mediehistoriskt arkiv 2008). Även i antologierna *Det förflytna som film och vice versa* (2004), "Skosmörja eller arkivdokument?": *Om filmarkivet.se och den digitala filmhistorien* (2012) och *Efterkrigstidens samhällskontakter* (2019) finns flera mindre studier av beställningsfilm i Sverige. Pelle Snickars & Cecilia Trenter red., *Det förflytna som film och vice versa* (Lund: Studentlitteratur, 2004); Jönsson & Snickars red., 2012; Fredrik Norén & Emil Stjernholm red., *Efterkrigstidens samhällskontakter* (Lund: Mediehistoriskt arkiv, 2019).

38. Ylva Habel, *Modern media, modern audiences: Mass media and social engineering in the 1930s Swedish welfare state* (Stockholm: Aura, 2002).

39. Mats Björkin, & Pelle Snickars, "1923/1933: Production, reception and cultural significance of Swedish non-fiction film", *Triumph der Bilder: Kultur- und Dokumentarfilme vor 1945 im internationalen Vergleich*, red. Peter Zimmermann & Kay Hoffmann (Konstanz: UVK, 2003).

40. Mats Jönsson, *Visuell fostran: Film- och bildverksamheten i Sverige under andra världskriget* (Lund: Sekel, 2011).

41. Jönsson, 2016.

42. Annika Wickman, *Filmen i försvarets tjänst: Undervisningsfilm i svensk militär utbildning 1920–1939* (Stockholm: Stockholms universitet, 2018); Emil Stjernholm, *Gösta Werner och filmen som konst och propaganda* (Lund: Mediehistoriskt arkiv, 2018), 215–285. Stjernholm analyserar även Werners relation till Nazi-Tyskland och uppdrag inom det tyska filmbolagets UFA:s produktion av journal- och kortfilm i Sverige under 1930-talet och under kriget. Denna verksamhet har dock mindre relevans för föreliggande studie. Se i synnerhet kapitel 3, Stjernholm, 2018, 103–143. Även Elisabet Björklund studerar i sin avhandling *The most delicate subject: A history of sex education films in Sweden* en form av *useful cinema*. Björklunds avhandling har dock varit av mindre betydelse för den här studien. Elisabet Björklund,

*The most delicate subject: A history of sex education films in Sweden* (Lund: Lunds universitet, 2013).

43. Werners produktion av beställningsfilm är omfattande. Filmerna producerades på beställning av en lång rad aktörer och flera av dem har idag en kanoniserad status, inte minst Stig Dagerman-filmatiseringen *Att döda ett barn* (1953), som producerades på beställning av Försäkringsbolagens upplysningstjänst. Stjernholm, 2018, 215–285.

44. Se till exempel: Thomas Elsaesser red., *Early cinema: Space frame narrative* (London: BFI, 1990); Leo Charney & Vanessa R. Schwartz red., *Cinema and the invention of modern life* (Berkeley: University of California Press, 1995). I en svensk kontext finns några arbeten som placerar in sig inom den nya filmhistorien och som har bäring för denna avhandling. Framför allt är Pelle Snickars avhandling *Svensk film och visuell masskultur 1900* och i synnerhet hans diskussion om Svenska Bios stadsfilmer under åren kring 1910 en viktig referenspunkt som kommer att diskuteras utförligare i kapitel 3. Åsa Jernudd betonar i avhandlingen *Filmkultur och nöjesliv i Örebro 1897–1908* betydelsen av att studera filmhistorien i lokalt specifika sammanhang. I motsats till den filmhistoriska forskningen som tidigare i hög grad fokuserat på filmmediets etablering i storstadskontexter analyserar hon framväxten av en visuellt orienterad nöjeskultur i en mellanstor svensk stad, något som ligger i linje med den här avhandlings perspektiv. Pelle Snickars, *Svensk film och visuell masskultur 1900* (Stockholm: Aura, 2001); Åsa Jernudd, *Filmkultur och nöjesliv i Örebro 1897–1908* (Stockholm: Stockholms universitet, 2007).

45. Se till exempel: Robert C. Allen & Douglas Gomery, *Film history: Theory and practice* (New York: Knopf, 1985); James Chapman, Mark Glancy & Sue Harper red., *The new film history: Sources, methods, approaches* (Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2007).

46. Hediger & Vonderau, 2009a, 10; Daan Hertogs & Nico de Klerk, *Uncharted territory: Essays on early nonfiction films* (Amsterdam: Stichting Nederlands Film-museum, 1997).

47. Anders Ekström, Solveig Jülich & Pelle Snickars red., *1897: Mediehistorier kring Stockholmsutställningen* (Stockholm: Mediehistoriskt arkiv, 2006); Solveig Jülich, Patrik Lundell & Pelle Snickars red., *Mediernas kulturhistoria* (Stockholm: Mediehistoriskt arkiv, 2008); Johan Jarlbrink, Patrik Lundell & Pelle Snickars, *Mediernas historia: Från big bang till big data* (Lund: Mediehistoriskt arkiv, 2019). Den nya filmhistorien och den kulturhistoriska medieforskningen knyter också an till det som kallas mediearkeologi, med en central företrädare som Friedrich Kittler, och till exempel Jussi Parikka har argumenterat för att den nya filmhistorien var en viktig inspirationskälla för framväxten av det mediearkeologiska fältet. Jussi Parikka, *What is media archaeology?* (Cambridge: Polity, 2012), 8–10.

48. Se exempelvis: Zimmermann, 2016, 32–33; Acland & Wasson, 2011, 4–5.

49. Det är till exempel dessa tidsramar som Acland och Wasson sätter för de olika bidragen i antologin *Useful cinema*. Även studierna av till exempel Zimmermann, Jönsson, Stjernholm och Thomson har alla mitten eller slutet av 1960-talet

som en främre tidsram. Acland & Wasson, 2011, 4; Zimmermann red., 2011; Jönsson, 2016; Stjernholm, 2018; Thomson, 2018a.

50. Rick Prelinger, *The field guide to sponsored films* (San Francisco: National Film Preservation Foundation, 2006), ix–x.

51. John Grierson citerad i: Zimmermann, 2011, 48.

52. Zimmermann, 2011, 48.

53. Elsaesser, 2009, 23–24.

54. Se till exempel: Bill Nichols, *Representing reality* (Bloomington/Indianapolis: Indiana University Press, 1991); Michael Renov red., *Theorizing documentary* (New York: Routledge, 1993); John Corner, *The art of record: A critical introduction to documentary* (New York: Manchester University Press, 1996); Brian Winston, *Claiming the real: The documentary film revisited* (1996; London: BFI/Palgrave Macmillan, 2008).

55. Se exempelvis: Winston, 2008, 23–30. Tom Rice har påpekat hur den brittiska dokumentarismen och dess kanoniserade filmer utgjorde en försvinnande liten del av den ickefiktiva filmen i Storbritannien under perioden. Trots att organisationer som The Empire Marketing Board initierade och distribuerade en lång rad filmer vid sidan om de ofta uppmärksammade exemplen har den stora majoriteten av filmer ämnad för visning inom utbildning och andra kontexter vid sidan om biografen i hög grad osynliggjorts inom tidigare dokumentärfilmsforskning. Tom Rice, ”One family: The movement of educational film in Britain and its empire”, *The institutionalization of educational cinema: North America and Europe in the 1910s and 1920s*, red. Marina Dahlquist & Joel Frykholm (Bloomington: Indiana University Press, 2019), 55–79.

56. Se till exempel Lars Weckbecker, *Governing visions of the real: The national film unit and Griersonian documentary film in Aotearoa/New Zealand* (Bristol: Intellect, 2015).

57. Zoë Druick, *Projecting Canada: Government policy and documentary film at the national film board* (Montreal: McGill-Queen's University Press, 2007), 21–22. Druick lyfter dock fram Brian Winstons kritiska analys av dokumentärfilmen i Griersons spår som ett undantag. Winston, 2008.

58. Druick, 2007, 23.

59. Jan Anders Diesen, *Film som statlig folkeopplyser: Statens filmsentral i 50 år* (Oslo: Norsk filminstitut, 1998); Thomson, 2018a.

60. Se till exempel: Fredrik Norén, ”Statens informationslogik och den audiovisuella upplysningen 1945–1960”, *Scandia*, vol. 80 nr 2 2014; Florin Persson & Stjernholm, 2019.

61. Se till exempel: Jönsson, 2011; Norén, 2014.

62. Gardeström, 2018; Fredrik Norén, *Framtiden tillhör informatörerna: Samhällsinformationens formering i Sverige 1965–1975* (Umeå: Umeå Universitet, 2019a); Norén & Stjernholm, 2019. Här kan också Nikolas Glovers avhandling om Svenska institutet under perioden 1945–1970 nämnas: Nikolas Glover, *National relations: Public diplomacy and the Swedish Institute 1945–1970* (Lund: Nordic Academic Press, 2011).

63. Kåring Wagman, 2006.

64. Gardeström, 2018, 208–209.

65. Ibid, 207–209.

66. Ibid, 208.

67. Ibid, 93.

68. Gardeström lyfter till exempel fram publiceringen av Sven Lindqvist *Reklamen är livsfarlig* 1957. Ibid, 9.

69. Att det inom SIS började ske en uppdelning mellan termerna information och propaganda är även något som Jönsson pekat på. Jönsson, 2011, 16.

70. Ibid, 204.

71. Norén & Stjernholm, 2019, 12–13. I sin studie av Svenska institutets internationellt inriktade verksamhet under perioden 1945–1970 pekar Nikolas Glover på liknande tendenser. I början av perioden användes termen propaganda i en neutral betydelse för att beskriva organisationens verksamhet. Efterhand kom i stället termen information, som till en början användes sparsamt, att få en allt mer framträdande plats på ordet propagandas bekostnad. Parallellt användes termen upplysning i en relativt konstant omfattning under hela perioden. Glover, 2011, 26.

72. Fredrik Norén, ”Dagen H: När samhällsinformation inte skiljdes från propaganda”, *Efterkrigstidens samhällskontakter*, red. Fredrik Norén & Emil Stjernholm (Lund: Mediehistoriskt arkiv, 2019b).

73. Norén & Stjernholm, 2019, 13. Se även Norén, 2019a, 92–93.

74. Noren, 2019a, 33–35.

75. Ibid, 4.

76. De övriga spänningsförhållandena som Norén diskuterar är de mellan (1) Information som lösning – information som problem, (2) Spridning av information – kontroll över information (3) Information genom masskommunikation – information genom personlig dialog. Ibid, 4–5.

77. Steven Jacobs, Anthony Kinik & Eva Hielscher, *The city symphony phenomenon: Cinema, art and urban modernity between the wars* (New York: Routledge, 2019).

78. Ibid, 14–26.

79. Ibid, 33–36.

80. Jeanpaul Goergen, ”Urbanität und Idylle. Städtefilme zwischen Kommerz und Kulturpropaganda”, *Geschichte des dokumentarischen Films in Deutschland, Band 2 Weimarer Republik 1918–1933*, red. Klaus Kreimeier, Antje Ehmann & Jeanpaul Goergen (Stuttgart: Reclam, 2005).

81. Se till exempel Henrik Widmarks diskussion om två filmer om Helsingborg som producerades på beställning av kommunen, *Där väg och vägar möts* från 1940 och *Helsingborg* från 1950, Jönssons diskussion om filmen *Salabygd* (1953) och Stjernholms diskussion om Gösta Werner filmer *Guld och gröna skogar* (1959) och *Vi väljer Västerbotten* (1960), som producerades på beställning av Västerbotten län, och *Stad vid färdeväg* (1961), som producerades på beställning av Malmö turisttrafikförening. Henrik Widmark, *Föreställningar om den urbana världen: Identitetsaspekter i svensk stadsbild med exemplet Helsingborg 1903–1955* (Uppsala: Fronton förlag,



2007), 291–296; Mats Jönsson, ”Igenkännandets glädje: Regionalt kulturarv i film och på internet”, *Självbilder Filmer från Västmanland*, Mats Jönsson & Cecilia Mörner (Grängesberg: Svenska Filminstitutet, 2006), 23–68; Stjernholm, 2018, 265–270.

82. Jacobs, Kinik och Hielscher, 2019, 7.

83. Se till exempel: C. Claire Thomson, ”Walking in Copenhagen, Hamburg and Oslo: Planned and lived space in Jørgen Roos’ early-60’s city symphonies”, *Kosmorama*, nr 272 2018b, <https://www.kosmorama.org/walking-copenhagen-hamburg-oslo>, (Senast kontrollerad 14/1 2021).

84. Elizabeth Lebas, *Forgotten futures: British municipal cinema 1920–1980* (London: Black Dog, 2011).

85. I sin bok *Main street movies: The history of the local film in the United states* analyserar Martin L. Johnson hur olika former av lokal film levde vidare från 1910-talet och framåt i en amerikansk kontext. Johnson diskuterar bland annat det han kallar *municipal boosterism film*, filmer som under 1910-talet sponsrades av lokala företag och näringslivsorganisationer med syfte både att visa upp staden för den lokala publiken och göra reklam för den för industrier och potentiella nya invånare. Enligt Johnson var dock detta ett kortlivat fenomen och han ifrågasätter i vilken utsträckning filmerna faktiskt visades i andra städer än den där de spelades in. Martin L. Johnson, *Main street movies: The history of the local film in the United states* (Bloomington, Indiana: Indiana University Press, 2018), 18. Se även *Film History*, vol. 17 nr 1 2005.

86. Snickars, 2001, 145–177.

87. Bengt Bengtsson, ”Regionfilmen och konstruktionen av folkhemmet”, *Medier och politik: Om arbetarrörelsens mediestrategier under 1900-talet*, red. Mats Jönsson & Pelle Snickars (Stockholm: Mediehistoriskt arkiv, 2007), 129–157. Se även: Bengt Bengtsson, ”Förnuftig fritid i Sandviken”, *Fram träder Bergslagen*, red. Maths Isacson et al. (Västerås: Penta Plus, 2009), 150–174.

88. Clarke red., 1997; Mark Shiel & Tony Fitzmaurice red., *Cinema and the city: Film and urban studies in a global context* (Oxford: Blackwell Publishing, 2001); Nezar AlSayyad, *Cinematic urbanism: A history of the modern from reel to real* (London: Routledge, 2006); Richard Koeck & Les Roberts red., *The city and the moving image: Urban projections* (New York: Palgrave Macmillan, 2010).

89. En tidig studie som rör sig bortom de stora metropolerna utgörs av Giuliana Brunos *Streetwalking on a ruined map* där hon lyfter fram den tidigare negligerade napolitanska stumfilmsregissören Elvira Notari och förankrar hennes omfattande filmproduktion i Neapels urbana landskap. Giuliana Bruno, *Streetwalking on a ruined map: Cultural theory and the city films of Elvira Notari* (Princeton: Princeton University Press, 1993).

90. Brunsdon, 2012. För Brunsdons studier inom fältet se till exempel: Charlotte Brunsdon, *London in cinema* (London: BFI, 2007).

91. Detta påpekas till exempel av Koskinen och Stigsdotter i ett försök till genomgång av fältet. Maaret Koskinen & Ingrid Stigsdotter, *Approaches to urban representations on film: A research overview*, i-media-cities, 2018, [https://static1.squ-](https://static1.squ)

[space.com/static/5cc6c4794d546e43af0166f9/t/5cd5521ceb393148815edf99/1557484061659/Research+overview\\_Stigsdotter+Koskinen.pdf](https://static1.squarespace.com/static/5cc6c4794d546e43af0166f9/t/5cd5521ceb393148815edf99/1557484061659/Research+overview_Stigsdotter+Koskinen.pdf), (Senast kontrollerad 14/1 2021).

92. Se till exempel: Maaret Koskinen, ”The capital of Scandinavia? Imaginary cinescapes and the art of creating an appetite for Nordic cinematic spaces”, *A companion to Nordic cinema*, red. Mette Hjort & Ursula Lindqvist (Oxford: Blackwells/John Wiley and Sons, 2016), 199–223.

93. Se till exempel: Maaret Koskinen & Ingrid Stigsdotter, ”Real and reel Stockholm: Representations of Stockholm in i-media-cities and current issues in archival film access”, *Kosmorama*, nr 272 2018, <https://www.kosmorama.org/real-and-reel>, (Senast kontrollerad 14/1 2021); Ingrid Stigsdotter, ”Genre in i-media-cities: Urban imagery and film categorization”, *i-media-cities: Innovative e-environment for research on cities and the media*, red. Teresa-M Sala & Mariona Bruzzo (Barcelona: Edicions de la Universitat de Barcelona, 2019).

94. Lawrence Webb, *The cinema of urban crisis: Seventies film and the reinvention of the city* (Amsterdam: Amsterdam University Press, 2014).

95. Floris Paalman, *Cinematic Rotterdam: The times and tides of a modern city* (Rotterdam: 010 Publishers, 2011); Les Roberts, *Film, mobility and urban space: A cinematic geography of Liverpool* (Liverpool: Liverpool University Press, 2012).

96. Se framför allt del 2, kapitel 7–9 i Paalmans studie. Paalman, 2012, 207–336.

97. David Harvey, ”From managerialism to entrepreneurialism. The transformation in urban governance in late capitalism”, *Geografiska Annaler B*, vol. 71 nr 1 1989, 3–17. Texten finns även översatt till svenska som ”Från storskalig planering till entreprenörskap” i en samling med Harveys texter. David Harvey, *Ojämlighetens nya geografi: Texter om stadens och rummets förändringar i den globala kapitalismen* (Stockholm: Atlas Förlag, 2011).

98. Harvey, 1989; Tim Hall & Phil Hubbard red., *The entrepreneurial city: Geographies of politics, regime and representation* (Chichester: Wiley, 1998); Dalia Mukhtar-Landgren, ”Entreprenörstaden: Postindustriella Malmö öppnas upp och stängs ner”, *Den bästa av världar? Beträktelser över en postpolitisk samtid*, red. Mekonnen Tesfahuney & Magnus Dahlstedt (Hägersten: Tankekraft, 2008), 222–247.

99. Torbjörn Nilsson & Anders Gullberg, ”Företal”, *Du sköna nya stad: Privatisering, miljö och EU i Stockholmspolitiken*, red. Torbjörn Nilsson (Stockholm: Stockholmia förlag, 2013), 8–9.

100. En liknande periodisering av den kommunala och välfärdsstatliga politiken i Sverige efter andra världskriget gör statsvetaren Mikael Granberg i sin avhandling *Från lokal välfärdsstat till stadspolitik*. Här karakteriserar han den välfärdsstatliga politiken under de tre perioderna med hjälp av orden ”Utbyggnad/expansion” (1945–1970), ”Osäkerhet/stagnation” (1970–1990) och ”Reformering” (1990–2000). Mikael Granberg, *Från lokal välfärdsstat till stadspolitik. Politiska processer mellan demokrati och effektivitet: Vision Mälärstaden och Östra hamnen i Västerås* (Örebro: Örebro universitet, 2004), 106.

101. Daniel Bell, *The coming of post-industrial society: A venture in social forecasting* (New York: Basic Books, 1973). För diskussion om begreppet postindustriell stad,

- med avstamp i Bells bok, och huruvida Göteborg kan betraktas som en sådan, se: Bengt Furåker, "En postindustriell stad?", *Göteborg utforskat: Studier av en stad i förändring*, red. Helena Holgersson et al. (Göteborg: Glänta produktion, 2010), 49–55.
102. Se till exempel: Ash Amin red., *Post-fordism: A reader* (Oxford: Blackwell, 1994).
103. Mats Franzén, Nils Hertting & Catharina Thörn, *Stad till salu: Entreprenörurbanismen och det offentliga rummets värde* (Göteborg: Daidalos, 2016).
104. Det följande bygger framför allt på: Franzén, Hertting & Thörn, 2016, 16–22.
105. Veselinka Möllerström, *Malmös omvandling: Från arbetarstad till kunskapsstad, en diskursanalytisk studie av Malmös omvandling* (Lund: Lunds universitet, 2011); Dalia Mukhtar-Landgren, *Planering för framsteg och gemenskap: Om den kommunala utvecklingsplaneringens idémässiga förutsättningar* (Lund: Lunds universitet, 2012).
106. Harvey, 1989; Hall & Hubbard, 1998.
107. Eric Swyngedouw, Frank Moulaert & Arantxa Rodriguez, "Neoliberal urbanization in Europe: Large-Scale urban development projects and the new urban policy", *Antipode*, vol. 34 nr 3 2002.
108. Franzén, Hertting & Thörn, 2016. Se även: Sharon Zukin, *The cultures of cities* (Oxford: Blackwell, 1995).
109. Harvey, 1989.
110. Mukhtar-Landgren, 2012.
111. Kent Olsson, *Göteborgs ekonomiska historia: Näringsliv och samhällsutveckling. Band 3: Från industristad till tjänstestad 1920–1995* (Stockholm: Nerenius & Santérus förlag, 1996).
112. Håkan Thörn, *Stad i rörelse: Stadsomvandlingen och striderna om Haga och Christiania* (Stockholm: Bokförlaget Atlas, 2013).
113. Ingrid Martins Holmberg, *På stadens yta: Om historiseringen av Haga* (Göteborg: Makadam, 2006).
114. Franzén, Hertting & Thörn, 2016.
115. Gunnar Falkemark, "Göteborgsandan", *Göteborg utforskat: Studier av en stad i förvandling*, red. Helena Holgersson et al. (Göteborg: Glänta produktion, 2010), 83–89.
116. Franzén, Hertting & Thörn, 2016, 69–70.
117. Stephen V. Ward, *Selling places: The marketing and promotion of towns and cities 1850–2000* (London: E & FN Spon, 1998).
118. Ibid, 2.
119. Kåring Wagman, 2006.
120. Även Kåring Wagman diskuterar svårigheten i hur de verksamheter hon studerar ska benämnas eftersom ett flertal begrepp används av aktörerna själva, deras betydelser har förändrats över tid och kan leda tankarna fel för en samtida läsare. I studien använder hon framför allt omväxlande begreppen reklam och information, men betonar vikten av att låta empirin visa de syften som låg bakom de olika verksamheterna. Ibid, 14–17.
121. Efter 1967 års Informationsutredning och dess huvudbetänkande i SOU:n *Vidgad samhällsinformation* 1969, där både kommunal och statlig information be-

- handlades, genomfördes den statliga "Utredningen om den kommunala demokratin" (1970–1975), som resulterade i ett flertal SOU:er med diskussioner om kommunal information som en framträdande del. Se till exempel: SOU 1972:52, *Rapport angående kommunal information m.m.*; SOU 1974:50, *Information och medverkan i kommunal planering*; SOU 1975:46 *Kommunal organisation och information*.
122. Kåring Wagman, 2006, 34.
123. Briavel Holcomb, "City make-overs: Marketing the post-industrial city", *The Entrepreneurial city: Geographies of politics, regime and representation*, red. Tim Hall & Phil Hubbard (Chichester: Wiley, 1998); Kåring Wagman, 2006, 18.
124. För en översikt se till exempel: Elin Berglund, *Perspektiv på platsmarknadsföring* (Stockholm: KTH Royal Institute of Technology, 2013).
125. John Rennie Short & Yeong-Hyun Kim, *Globalization and the city* (New York: Addison Wesley Longman, 1999), 98; Ward, 1998, 4–6; Berglund, 2012, 22–23.
126. Olof Petersson, *Kommunalpolitik* (Stockholm: Norstedts juridik, 2006), 51.
127. Ibid, 57–58.
128. Ibid, 63.
129. Göteborgs kommunfullmäktiges handlingar, protokoll nr 5 § 25, 16/6 1983.
130. Olsson, 1996, 409–413.
131. Ibid, 409.
132. Ibid, 409.
133. Ulf Lundbladh, *Göteborgs stads engagemang inom turism- och besöksnäringen* (Göteborg: Göteborg & Co, 2009). I Appendix 1 har en översikt över de organisationer som haft ansvar för turistfrågor i Göteborg och Västsverige under den studerade perioden sammanställts.
134. 2019 bytte den senare organisationen namn till Sveriges Kommuner och Regioner.
135. På sidorna 373–379 listas alla filmer som tillhör avhandlingens huvudmaterial med grundläggande uppgifter kring beställning, finansiering, produktion och visning.
136. Efter en offentlig visning av *Den gyllene porten* på Göteborgs filmfestival 2018 i SFI:s regi beslutades att även *Den gyllene porten* skulle tillgängliggöras via filmarkivet.se. Wanda Lindblom Bendjelloul, Svenska Filminstitutet, "Sv: Informationsfilmer från Göteborg", e-post till författaren, 9/2 2018.
137. Giovanna Fossati, *From grain to pixel: The archival life of film in transition* (2009; Amsterdam: Amsterdam University Press, 2018).
138. Se framför allt kapitel två i Fossatis bok. Här diskuterar hon även perspektiven *film as art*, *film as state of the art* och (i den tredje upplagan av boken) *film as performance*, men det är skillnaderna mellan två nämnda koncepten som har störst relevans för föreliggande studie. För en diskussion om perspektiven *film as original* och *film as dispositif* utifrån Fossatis bok och i relation till filmarkivet.se se: Lars Gustaf Andersson, John Sundholm & Astrid Söderbergh Widding, "Experimentfilmens behov och filmarkivets möjligheter", *"Skosmörja eller arkivdokument?": Om filmarkivet.se och den digitala filmhistorien*, red. Mats Jönsson & Pelle Snickars (Stockholm: Mediehistoriskt arkiv, 2012), 67–80.

## 2. Metod och teori

1. ”Stadsfilm Industri- & reklamfilm”, annonsen för Europafilm, *Reformatorn*, 16/2 1939. Annonsen återkommer även 12/3 1939 i samma tidning.
2. Leif Furhammar, *Filmen i Sverige: En historia i tio kapitel och en fortsättning* (Stockholm: Dialogos/Svenska Filminstitutet, 2003), 140.
3. Stjernholm, 2018; Thomson, 2018a; Wickman, 2018.
4. Thomson, 2018a, 33–46.
5. Detta diskuterar Thomson specifikt i ett separat antologibidrag. C. Claire Thomson, ”’Here is my home’: Voiceover and foreign-language versions in post-war Danish informational cinema”, *Nordic film cultures and cinemas of elsewhere*, red. Anna Westerståhl Stenport & Anna Lunde (Edinburgh: Edinburgh University Press, 2019), 141–156.
6. Ibid, 146–147.
7. Elsaesser, 2009, 32.
8. Ibid. Se även: Thomas Elsaesser, ”Die Stadt von morgen: Filme zum Bauen und Wohnen”, *Geschichte des dokumentarischen Films in Deutschland, Band 2 Weimarer Republik 1918–1933*, red. Klaus Kreimeier, Antje Ehmman & Jeanpaul Goergen (Stuttgart: Reclam, 2005).
9. Elsaesser, 2009, 23.
10. Utifrån forskningsprojektet om beställningsfilm i Schweiz pekar Zimmermann på flera anledningar till beställarens anonymitet. En handlar om den historiska utformningen av för- och eftertexter för biograffilmer. Fram till 1930-talet angavs ofta bara filmtitel och produktionsbolag. Mot slutet av 1930-talet blev det vanligt att även ange olika funktioner som regi, manus, foto och musik. Först under 1970- och 1980-talen blev mer omfattande eftertexter med samtliga personer inblandade i filmproduktionen vanliga. Men det handlade också om att det bara var de filmer som kunde betraktas som ”kulturfilmer”, med ett lättsamt och folkbildande anslag, som fick visas som förfilm på bio och att de således inte fick innehålla alltför explicit reklam. Att inte ange beställare var således ett sätt att ge filmerna en mer neutral framtoning som möjliggjorde visning på biograf. Zimmermann, 2011, 61–62.
11. Zimmermann, 2011, 64–72.
12. Hediger & Vonderau, 2009b, 40–46.
13. Liknande syften som de som Zimmermann och Hediger och Vonderau lyfter fram syns också i Björkins och Vesterlunds studier om svensk industrifilm under 1950-talet respektive bostadskooperativet HSB:s filmverksamhet, som båda föregick den bredare internationella forskningen kring beställningsfilm och *useful cinema*: Mats Björkin, ”Industrifilm som dokument och kommunikationsmedium”, *Det förflutna som film och vice versa*, red. Pelle Snickars & Cecilia Trenter (Lund: Studentlitteratur, 2004); Per Vesterlund, ”Förskingrat kulturarv: nedslag i HSB:s filmproduktion”, *Välfärdsbilder: Svensk film utanför biografen*, red. Erik Hedling & Mats Jönsson (Stockholm: Statens ljud- och bildarkiv, 2008), 187.
14. Zimmermann, 2011, 72.
15. Zimmermann, 2011, 79–81.
16. Vonderau, 2016a, 4.
17. För en diskussion om detta för beställningsfilmen centrala kännetecken, se: Zimmermann, 2011, 79–81.
18. Yvonne Zimmermann, ”Advertising and film: A topological approach”, *Films that sell: Moving pictures and advertising*, red. Bo Florin, Nico de Klerk & Patrick Vonderau (London: Palgrave, 2016), 24–26.
19. Gregory A. Waller, ”International Harvester: *Business screen* and the history of the advertising film”, *Films that sell: Moving pictures and advertising*, red. Bo Florin, Nico de Klerk & Patrick Vonderau (London: Palgrave, 2016), 40; Vonderau, 2016a, 12–13.
20. Se till exempel: Thomas Elsaesser, ”What is left of the cinematic apparatus, or why we should retain (and return to) it”, *Recherches sémiotiques*, vol. 31 nr 1-2-3 2011, 33–44. För en diskussion om termen dispositiv i Foucaults arbeten se: Giorgio Agamben, *Vad är ett dispositiv?* (Malmö: Eskaton, 2014).
21. Se till exempel: Frank Kessler, ”The cinema of attractions as dispositif”, *The cinema of attractions reloaded*, red. Wanda Strauven (Amsterdam: Amsterdam University Press, 2006), 59–62.
22. Elsaesser, 2011, 33–38.
23. Se till exempel: François Albera & Maria Tortajada red., *Cine-dispositives: Essays in epistemology across media* (Amsterdam: Amsterdam University Press, 2015).
24. Frank Kessler, ”Notes on *dispositif*”, opublicerat utkast, 2007, <http://www.frankkessler.nl/wp-content/uploads/2010/05/Dispositif-Notes.pdf>, (Senast kontrollerad 14/1 2021), 15.
25. Wickman, 2018, 215.
26. I sin serieanalys av militär undervisningsfilm från mellankrigstiden utgår till exempel Wickman från ett 80-tal filmer. Wickman, 2018, 19.
27. Thomson, 2018a, 12–13.
28. Detta pekar till exempel Stjernholm på i sin analys av Gösta Werners aktivitet som beställningsfilmare under efterkrigstiden och i synnerhet i relation till två av Werners mest berömda beställningsfilmer: *Tåget* (1948) och *Att döda ett barn* (1953). Stjernholm, 2018, 215–247.
29. Zimmermann, 2011, 82.
30. Se till exempel: Mika Hietanen, ”Topikernas teori och praktik”, *Retorik och lärande: Kunskap, bildning, ansvar: Nordiska konferensen för retorikforskning (NKRF) 2014*, red. Anders Sigrell & Sofi Qvarnström (Lund: Lunds universitet, 2015), 117–136.
31. Ibid, 117–118; Vonderau, 2016a, 4.
32. Hietanen, 2015, 117–118; Janne Lindqvist, *Klassisk retorik för vår tid* (Lund: Studentlitteratur, 2016), 133–134.
33. Ibid, 133.
34. Ibid, 133.
35. Ibid, 137–138.
36. För en studie om urbana motiv och grepp i svensk skönlitteratur om Stockholm kring sekelskiftet 1900 se: Alexandra Borg, *En vildmark av sten: Stockholm i litteraturen 1897–1916* (Stockholm: Stockholmia förlag, 2011).



37. Detta diskuteras till exempel av Bruno i analysen av Elvira Notaris filmer. Bruno, 1993, 172–177.
38. Se till exempel kapitlet ”Staden och promenaden” i: Borg, 2011, 103–128.
39. Jacobs, Kinik & Hielscher, 2019, 25.
40. Bengtsson, 2007, 130.
41. Jacobs, Kinik och Hielscher, 2019, 11. Vid sidan om de mest kända exemplen som Ruttmanns film och Vertovs *Mannen med filmkameran*, som har en liknande, om än inte lika tydligt definierad struktur, lyfter Jacobs, Kinik och Hielscher fram ett flertal exempel med en liknande struktur, som till exempel *Manhatta* (1921), *Rien que les heures* (1926), *Moskva* (1926) och *São Paulo: A symphonia da Metrôpole* (1929). Jacobs, Kinik och Hielscher, 2019, 24. Även Hans Nordenströms och Pontus Hulténs experimentella *En dag i staden (Världen genom kameraögat)* (1956) där turist- och stadsfilmens konventioner och berättargrepp parodieras har, som titeln pekar på, en liknande struktur. Samma narrativa och temporala struktur används också i flera av den moderna litteraturens kanoniserade verk som till exempel Nikolai Gogols novell *Nezsky Prospekt* (1835) och James Joyces *Ulysses* (1922).
42. Georg Simmel, *Hur är samhället möjligt och andra essäer* (Göteborg: Bokförlaget Korpen, 1995), 198–199.
43. Henri Lefebvre, *Rhythmanalysis: Space, time and everyday life* (London/New York: Bloomsbury, 2004).
44. Snickars, 2001, 169.
45. Jacobs, Kinik och Hielscher, 2019, 25.
46. Brunsdon, 2012, 210–212.
47. Se till exempel: Christopher Prendergast, *Paris och 1800-talet* (Stockholm/Stehag: Brutus Östlings Bokförlag Symposion, 2000), 58–87. Inom den svenska kanoniserade litteraturen utgör upptakten till August Strindbergs *Röda rummet* (”Stockholm i fågelperspektiv”) det förmodligen mest kända exemplet. För en diskussion om utsikten över staden som urbant berättargrepp i svensk skönlitteratur kring 1900 utifrån Sigfrid Siwertz *En flanör* från 1914, där inledningen av *Röda rummet* parodieras, se: Borg, 2011, 185–193.
48. Michel de Certeau, *The practice of everyday life* (Berkeley: University of California Press, 1984), 91–96; Prendergast, 2000, 58–64.
49. Snickars, 2001, 169. Även Furhammar lyfter fram vyn över staden som ett stående inslag i sin ganska ospecifika beskrivning av stadsfilmgenren. Furhammar, 2003, 54.
50. Snickars, 2001, 20–21.
51. Stjernholm har i linje med detta analyserat två av Arne Sucksdorffs filmer, *Indisk by* (1951) och *Vinden och floden* (1953) från ett *useful cinema*-inspirerat perspektiv. Emil Stjernholm, ”Visions of post-independence India in Arne Sucksdorff’s documentaries”, *BioScope*, vol. 8 nr 1 2017, 81–102.
52. Bill Nichols, ”Documentary film and the modernist avant-Garde”, *Critical Inquiry*, vol. 27 nr 4 2001, 580–610.
53. Nichols, 1991, 149. De två andra typerna av tecken som Peirce diskuterar är

- ikoner och symboler, som bygger på likhet respektive social konvention och överenskommelse: Robert Stam, Robert Burgoyne & Sandy Flitterman-Lewis, *New vocabularies in film semiotics: Structuralism, post-structuralism and beyond* (1992; London/New York: Routledge, 2002), 5.
54. Stam, Burgoyne & Flitterman-Lewis, 2002, 5.
55. Nichols, 1991, 32–75.
56. Se till exempel Stella Bruzzi, *New documentary* (London/New York: Routledge, 2006), 3–5.
57. Bill Nichols, *Introduction to documentary* (Bloomington: Indiana University Press, 2017).
58. Nichols, 1991, 34.
59. För en kritik av bland annat Nichols diskussion om speakerrösten överordnade funktion inom den klassiska dokumentärfilmen, se: Bruzzi, 2006, 47–72.
60. Nichols, 1991, 3–4.
61. För en diskussion om alla sju modus, se kapitel 6 och 7 i: Nichols, 2017, 104–158.
62. Se till exempel: André Gaudreault, ”Showing and telling: Image and word in early cinema”, *Early cinema: Space frame narrative*, red. Thomas Elsaesser (London: BFI, 1990); Keith Beattie, *Documentary display: Re-viewing non-fiction film and video* (London: Wallflower Press, 2008), 9–31.
63. Tom Gunning, ”Before documentary: Early non-fiction films and the ’view aesthetic’”, *Uncharted territory: Essays on early nonfiction films*, red. Daan Hertogs & Nico de Klerk (Amsterdam: Stichting Nederlands Filmmuseum, 1997).
64. Bill Nichols, ”The voice of documentary”, *Film Quarterly*, vol. 36 nr 3 1983, 18.
65. Se till exempel: Miriam De Rosa & Vinzenz Hediger red., ”Post-what? Post-when? Thinking moving images beyond the post-medium/post-cinema condition”, *Cinéma & Cie*, vol. 16, nr. 26/27 2016; Malte Hagener, Vinzenz Hediger & Alena Strohmaier red., *The state of post-cinema: Tracing the moving image in the age of digital dissemination* (Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2016).
66. Acland & Wasson, 2011, 4–5; Zimmermann, 2016, 32–34.
67. Lev Manovich, *The language of new media* (Cambridge, Massachusetts: The MIT Press, 2001). Manovich använder termen nya medier snarare än digitala medier för att inte bara inkludera mediala objekt som konsumeras och distribueras via en dator eller någon annan digital plattform utan också objekt som producerats digitalt och sedan distribuerats i till exempel tryckt format eller på analog film. Se Manovich, 2001, 19. I det följande används begreppen synonymt.
68. Ibid, 2001, 27–30.
69. Ibid, 2001, 36–45.
70. Ibid, 2001, 36–37, 42.
71. Michel Foucault, *Säkerhet, territorium, befolkning, Collège de France 1977–1978* (Hägersten: Tankekraft Förlag, 2010); Michel Foucault, *Biopolitikens födelse, Collège de France 1978–1979* (Hägersten: Tankekraft förlag, 2014). På franska använde Foucault den samlande neologismen *gouvernementalité* för denna form av styrning,

som översatts till *governmentality* på engelska. På svenska råder det olika bud kring hur begreppet ska översättas och i tidiga översättningar av Foucaults arbeten används begreppen regerande och regerandekomplex. Jag kommer dock genomgående att i likhet med Thörn använda begreppet styrning. För en diskussion om de svenska översättningarna av begreppet se not 83 i: Thörn, 2013, 431. För en diskussion om begreppen *government* och *governmentality*, som skulle kunna översättas till styrning respektive styrningsrationalitet, ett slags tänkande om styrning, se: Mitchell Dean, *Governmentality: Power and rule in modern society* (London: Sage, 2010), 17–30.

72. Michel Foucault, "The subject and power", *Critical Inquiry*, vol. 8 nr 4 1982, 788–790. Se även Dean, 2010, 17–18.

73. Se till exempel: Dean, 2010, 29–30; Thörn, 2013, 85–86, 432.

74. Se i synnerhet föreläsning V–IX i: Foucault, 2010, 119–228; Foucault, 1982.

75. Nikolas Rose, "Politisk styrning, auktoritet och expertis i den avancerade liberalismerna", *Foucault: namnet på en modern vetenskaplig och filosofisk problematik*, red. Kenneth Hultqvist & Kenneth Petersson (Stockholm: HLS Förlag, 1995), 41–59; Kerstin Johansson, "Välfärdsstaten som styrning", *Viljan att styra: Individ, samhälle och välfärdens styrningspraktiker*, red. Sophia Lövgren & Kerstin Johansson (Lund: Studentlitteratur, 2007), 36–37.

76. Kåring Wagman, 2006, 14.

77. För en diskussion om stadsidentitet och lokal identitet i en svensk kontext se till exempel: Widmark, 2007; Helene Egeland & Jenny Johannisson red., *Kultur, plats, identitet: Det lokals betydelse i en globaliserad värld* (Nora: Nya Doxa, 2003).

78. Stuart Hall, "Introduction: Who needs identity?", *Questions of cultural identity*, red. Stuart Hall & Paul Du Gay (London: Sage, 1996), 4.

79. Benedict Anderson, *Den föreställda gemenskapen: reflexioner kring nationalismens ursprung och spridning* (Göteborg: Daidalos, 1992).

80. Thomson, 2018a, 18–22.

81. Thomson, 2018a, 18–19. Se även Anderson, 1992, 34–56.

82. Thomson, 2018a, 30–31; Glover, 2011, 18–19.

83. Kazimierz Musiał, *Roots of the Scandinavian model: Images of progress in the era of modernisation* (Baden-Baden: Nomos-Verlagsgesellschaft, 2002).

84. Samuel Edquist, "Blå som himlen och gul som solen: Om vänstern och den svenska nationalismen kring sekelskiftet 1900", *Ett och annat om territorier, romaner, röda stugor och statistik*, red. Lars Pettersson (Uppsala: Uppsala universitet, 1999), 74.

85. Här har jag bland annat tagit inspiration från Peter Aronssons bok *Historiebruk: Att använda det förflutna*, där en lång rad former av historiebruk på nationell, regional och lokal nivå och inom museer, besöksnäringen och kulturarvsindustrin diskuteras. Peter Aronsson, *Historiebruk: Att använda det förflutna* (Lund: Studentlitteratur, 2004).

86. Henri Lefebvre, *The production of space* (Oxford: Blackwell Publishing, 1991).

87. Lefebvre, 1991, 38–39.

88. Mats Franzén, "Rummets tvära dialektik: Notater till Henri Lefebvre",

*Urbanitetens omvandlingar: Kultur och identitet i den postindustriella staden*, red. Thomas Johansson & Ove Sernhede (Göteborg: Daidalos, 2003), 49–63.

89. Ibid, 53.

90. Lefebvre, 1991, 96–97.

91. Roberts, 2012, 4–8.

92. Ibid, 7.

### 3. Historisk bakgrund och tidigare forskning

1. För en diskussion om utställningen se: Anders Houltz, *Teknikens tempel: Modernitet och industriarv på Göteborgsutställningen 1923* (Hedemora: Gidlunds förlag/Göteborg: Göteborg stadsmuseum, 2003); Louise Brodin et al., *Göteborgsutställningen 1923: Hågkomster och framtidsspår* (Sävedalen: Warne förlag, 2006).

2. Olsson, 1996, 16–18.

3. Se exempelvis: Eva Heyman, "Tio år kvar till jättefesten", *Göteborgs-Posten*, 24/5 2011, <https://www.gp.se/nyheter/goteborg/tio-ar-kvar-till-jattefesten-1.821937>, (Senast kontrollerad 14/1 2021); Peter Hjärne, "Peter Hjärne: Kan 2021 komma i närheten av 1923?", *Göteborgs-Posten*, 4/3 2018, <https://www.gp.se/ledare/hjernekan-2021-komma-i-narheten-av-1923-1.5256986>, (Senast kontrollerad 14/1 2021).

4. Citerad i: Brodin et al., 2006, 33.

5. För en diskussion om 1800-talets världsutställningar i ett bredare perspektiv, med utgångspunkt från Stockholmsutställningen 1897 se: Anders Ekström, *Den utställda världen: Stockholmsutställningen 1897 och 1800-talets världsutställningar* (Stockholm: Nordiska museet, 1994).

6. Pelle Snickars, "Om utställningen som medicarkiv", 1897: *Mediehistorier kring Stockholmsutställningen*, red. Anders Ekström, Solveig Jülich & Pelle Snickars (Stockholm: Mediehistoriskt arkiv, 2006), 151.

7. Ekström, Jülich & Snickars red., 2006.

8. Filmmediet användes även som del av själva utställningsarbetet och under åren innan spelades ett trettiotal kulturhistoriska filmer om "småindustri, hantverk och fiske" in som sedan visades på utställningen. Filmerna kom efter utställningen av distribueras via SF:s skolfilmsavdelning. Bengt Nyström, "Filmen och museerna: Samhällets minne", *Film & TV*, nr 2 1982, 35.

9. Leif Furhammar, "Göteborgsutställningen utan och innan", *Svensk Filmografi 2 1920–1929*, red. Lars Åhländer (Stockholm: Svenska Filminstitutet, 1982b), 162.

10. Leif Furhammar, 1982b, 162–163.

11. Jönsson, 2016, 127; Wickman, 2018, 32–44; Björkin & Snickars, 2003, 272.

12. Björkin & Snickars, 2003.

13. Ibid, 272–274.

14. Dessa syften liknar i hög grad de tre "R" (*Record, rhetoric, rationalization*) som Hediger och Vonderau senare lanserade som ett sätt att konceptualisera de syften med vilka industrifilmer ofta produceras. Hediger & Vonderau, 2009b.

15. Vonderau, 2016a, 4.

16. Wickman, 2018, 93.

17. Ibid, 72–74.
18. Ibid, 2018, 133–139. Under 1930-talet utvecklades även en handhållen elektronisk ljuspil som ett medel för läraren att kunna visa på viktiga detaljer på filmduken samtidigt som filmen pågick. Ibid, 155.
19. Ibid, 139–154.
20. Ibid, 166.
21. Ibid, 94.
22. Jönsson, 2016, 128.
23. Pelle Snickars, ”’Bildrutor i minnets film’: Om medieprinsen Wilhelm och film som käll- och åskådningsmaterial”, *Det förflutna som film och vice versa*, red. Pelle Snickars & Cecilia Trenter (Lund: Studentlitteratur, 2004), 216.
24. Gustaf Berg, *Filmen och folkundervisningen* (Stockholm: Svensk Filmindustri 1922); Gustaf Berg, *Filmen i kulturens tjänst* (Stockholm: Svensk Filmindustri, 1926).
25. Jönsson, 2016, 128.
26. Ibid, 128.
27. Ibid, 129.
28. Ibid.
29. Florin Persson & Stjernholm, 2019.
30. Ibid, 49–53.
31. Ibid, 53.
32. Ibid, 60–62.
33. Ibid, 62–64.
34. Ibid, 64.
35. Habel, 2002, 29–57.
36. Se exempelvis: Björkin & Snickars, 2003, 280–283.
37. Ibid, 286. Utöver de tre nämnda bolagen producerade även ett flertal mindre bolag beställningsfilm, så som Sandrew-Ateljéerna, Nordisk Tonefilm, Svensk Talfilm, Minerva Film och Artfilm. Florin Persson & Stjernholm, 2019, 48.
38. Björkin & Snickars, 2003, 282; Florin Persson & Stjernholm, 2019, 48.
39. Florin Persson & Stjernholm, 2019, 48. Här hänvisar författarna till den statliga utredningen om statligt stöd till svensk filmproduktion från 1942. I utredningen förklaras det att i storleksordningen 60 procent av filmerna i förfilmsprogrammen finansierats genom att ställas ”i tjänst hos propaganda- eller reklamintressen av olika slag”. SOU 1942:36, *Betänkande med förslag rörande statligt stöd åt svensk filmproduktion*, 27.
40. Björkin & Snickars, 2003, 282.
41. Florin Persson & Stjernholm, 2019, 48.
42. Wickman, 2018, 167; Florin Persson & Stjernholm, 2019, 59.
43. Eva Blomberg, ”Filmeländet: Att utarbeta en filmpolitik”, *Medier och politik: Om arbetarrörelsens mediestrategier under 1900-talet*, red. Mats Jönsson & Pelle Snickars (Stockholm: Mediehistoriskt arkiv, 2007), 103–126; Per Vesterlund, ”Den svenska modellen: Arbetarrörelsen, staten och filmen”, *Medier och politik: Om arbetarrörelsens mediestrategier under 1900-talet*, red. Mats Jönsson & Pelle Snickars (Stockholm: Mediehistoriskt arkiv, 2007), 207–244; Jönsson, 2011, 107–132.
44. Blomberg, 2007, 111–114.
45. Bolaget grundades formellt 1937 som renodlat distributionsbolag under namnet Arbetarrörelsens filmkommitté. Året efter ombildades kommittén till ett produktionsbolag och bytte samtidigt namn till Filmo. Ibid, 106–107.
46. Ibid, 2007, 110.
47. Om SAP:s valfilmer se: Jönsson, 2011, 107–132.
48. Ibid, 13.
49. Ibid, 204.
50. Se till exempel: SOU 1942:36. Se även: Vesterlund, 2007, 212–213.
51. SOU 1946:72, *1940 års skolutrednings betänkanden och utredningar: VII radio och film i skolundervisningen*; SOU 1949:31 *Social upplysning betänkande*, 34–99. Se även: Florin Persson & Stjernholm, 42.
52. Norén, 2014, 66–92.
53. Ibid, 77.
54. Ibid, 83.
55. Björkin, 2004, 245.
56. Ibid, 250.
57. Vesterlund, 2008, 195–200.
58. Stjernholm, 2018, 280–283.
59. Björkin har på ett övergripande plan diskuterat lokal filmproduktion med fokus på beställningsfilm under 1950-talet. Han lyfter bland annat fram hur viktig den lokala platsen och konstruktionen av dess identitet var inte bara i filmer initierade av kommuner och hembygdsföreningar utan även i filmer som producerades på beställning av företag och industrier, både i relation till lokala marknader och som en del av mer globalt inriktade företags identitetskonstruktion. Mats Björkin, ”Plaster i rörelse: Industrifilm och mediehistoria”, *Kultur, plats, identitet: Det lokals betydelse i en globaliserad värld*, red. Helene Egeland & Jenny Johannisson (Nora: Nya Doxa, 2003), 119–136. Se även: Bengtsson, 2009; Jan Af Geijerstam & Peter Nyblom, ”Fagerstafilmernas idoga arbete”, *Fram träder Bergslagen*, red. Maths Isacson et al. (Västerås: Penta Plus, 2009), 176–196.
60. Snickars, 2001, 145–185.
61. Leif Furhammar, ”Svensk dokumentärfilmhistoria från PW till TV: eller om man så vill från PW till PW.”, *Filmhäftet*, nr 38–40, 1982a, 7. Den första kategorin som Furhammar lyfter fram var filmer som spelades in genom att en filmkamera fästes ombord på ett tåg som körde genom natursköna eller på annat sätt intressanta omgivningar. Den här typen av filmer, som grundade sig på mediets attraktionskraft i att fånga mediets rörelsekvaliteter, blev dock enligt Furhammar kortlivade.
62. Furhammar skriver: ”Min överblick är begränsad om också förhoppningsvis representativ för den dokumentärfilmsrepertoar som förevisats på biograf. Begränsningarna gäller i första hand den stora sektorn av beställningsfilmer som producerats för mer interna auditorier och som bland annat innefattar en betydande



mängd industrifilmer, vilka oavsett sina eventuellt artistiska kvaliteter och sina mer eller mindre skamlöst kommersiella syften ofta givits oskattbara arbetsskildringar av metoder och yrkesfunktioner som sedan länge är ur bruk. Jag föreställer mig sålunda att en rad kortfilmare som Arne Bornebusch, P G Holmgren, Per Gunvall, Niklas Skoglund, Alex Jute, Gunnar Höglund och säkert många fler i en framtid kommer att göra anspråk på en uppmärksamhet som de här inte har fått.” Furhammar, 1982a, 8.

63. Jacobs, Kinik & Hielscher, 2019, 282–283.

64. Björkin & Snickars, 2003, 287.

65. För en diskussion om filmen se till exempel: Mikaela Kindblom, *Våra drömmars stad: Stockholm i filmen* (Stockholm: Stockholmia förlag, 2006), 57–62. I antologin *The city symphony phenomenon* lyfts filmen fram som en efterföljare till den egentliga cykeln av storstadssymfonier från mellankrigstiden. Jacobs, Kinik & Hielschers, 2019, 35.

66. ”Människor i stad”, Svensk Filmdatabas, <http://www.svenskfilmdatabas.se/sv/Item/?type=film&itemid=13724#titles>, (Senast kontrollerad 14/1 2021).

67. För en diskussion om filmen se: Andersson, Sundholm & Söderbergh Widning, 2012.

68. Widmark, 2007, 291–296.

69. Jönsson, 2006.

70. Johan Samuelsson, ”Stadens berättelse(r): Film, narration, plats”, paper presentat vid Cultural studies in Sweden: The first national research conference. ACSIS. Linköping 13–15/6 2005; Johan Samuelsson, ”The making of a city’: A community’s past as history and heritage”, paper presenterat vid International conference on urban history, Helsingfors, Finland, 24–27/8 2016.

71. Gunnar Iversen gör i antologin *Den andre norske filmhistorien* en genomgång av de så kallade Oslo-filmer som producerades i Norge från 1947 och framåt och som fick efterföljare i andra norska städer, men gör ingen utförligare analys av filmernas beställning. Mellan 1947 och 1956 producerades hela 109 Oslo-filmer, där ett brett spektrum av institutioner, kommunala verksamheter och platser i staden porträtterades. Filmerna bör enligt Iversen betraktas som instrumentella upplysningsfilmer, med en dubbel funktion. Å ena sidan skulle de vara aktuella och samtidsorienterade, där stadens invånare informerades om olika aspekter av stadens liv, med målet att skapa en gemensam stadsidentitet. Å andra sidan var de historiskt inriktade med syftet att bevara bilder från staden för eftervärlden. Gunnar Iversen, ”Opplysning til folket: Informasjonsfilmen og kinoene”, *Den andre norske filmhistorien*, red. Eva Bakøy & Tore Helseth (Oslo: Universitetsforlaget, 2011), 41–54.

72. Thomson, 2018a, 170–193.

73. På ett tidigt stadium var Sucksdorff ett av de namn som diskuterades som regissör för filmen och under förarbetet var Sucksdorffs film en av tre referensfilmer, tillsammans med Ruttmanns Berlin-film och en film om Edinburgh. Ibid, 180.

74. Ibid, 185–188.

75. Thomson, 2018b.

76. Ibid.

77. Samuelsson, 2005; Samuelsson, 2016. Även Josefina Syssner har tillsammans med Mats Brusman gjort en tentativ jämförelse av kommunalt initierade filmer om Norrköping från slutet av 1930-talet till början av 2000-talet, men en mer utförlig presentation av arbetets resultat har inte publicerats, se: Josefina Syssner, *Världens bästa plats? Platsmarknadsföring, makt och medborgarskap* (Lund: Nordic Academic Press, 2012), 85–86.

78. Samuelsson, 2016, 12.

79. Liknande tendenser pekar Syssner på i en kort jämförelse mellan två kommunalt initierade filmer om Norrköping från 1939 respektive 2005: Syssner, 2012, 85–86.

#### 4. Brytningstid och välfärdsstat.

##### Kommunal stadsfilm i Göteborg under 1930- och 1940-talen

1. Se till exempel: Habel, 2002; Mats Franzén red, *Från flygdröm till swingscen: Ungdom och modernitet på 1930-talet* (Lund: Arkiv förlag, 1998). För en diskussion om den ofta utskällda svenska spelfilmen under 1930-talet se Per Olov Qvists studie *Folkhemmets bilder*, där flera teman av den här typen diskuteras. Per Olov Qvist, *Folkhemmets bilder: Modernisering, motstånd och mentalitet i den svenska 30-talsfilmen* (Lund: Arkiv, 1995).

2. Snickars, 2004, 218. Se även: Mats Jönsson & Pelle Snickars, ”Filmens arkiv”, ”Skosmörja eller arkivdokument?”: *Om filmarkivet.se och den digitala filmhistorien*, red. Jönsson & Snickars (Stockholm: Mediehistoriskt arkiv, 2012), 11–36.

3. Habel, 2002, 29–57.

4. Se kapitel 4, ”Göteborg som paradox: En expansiv stad under stagnationsfasen 1920–1945”, i Olsson, 1996, 77–163.

5. För en diskussion om Åhréns tid som stadsplanechef i Göteborg se: Eva Rudberg, *Uno Åhrén: En föregångsman inom 1900-talets arkitektur och samhällsplanering* (Stockholm: Statens råd för byggnadsforskning, 1981), 130–157.

6. Det följande bygger framför allt på: Thörn, 2013, 101–124.

7. Ibid, 111. De två maktdimensionerna är signifikanta redan i titlarna till de två delarna av utredningen. Den första delen, från 1945, heter *Allmänna riktlinjer för den framtida bostadspolitiken. Förslag till läne- och bidragsformer*. Den andra delen, från 1947, bar namnet *Saneringen av stadssamhällets bebyggelse* och etablerade enligt Thörn saneringen som en central komponent i den svenska stadsplaneringen och bostadspolitiken. Ibid, 110–111.

8. ”Stadsfilmer – för eftervärlden och som reklam”, 1937, 498; ”Kommunal propagandafilm”, *Svenska stadsförbundets tidskrift*, nr 7 1945, 391. Utöver de texter från 1930-talet som lyftes fram i avhandlingens inledning se för 1940-talet även till exempel: Carl Landqvist, ”Städerna och den kommunala reklamen”, *Svenska stadsförbundets tidskrift*, nr 2 1946, 89–90; Göran Tamm, ”Om kommunal reklam”, *Svenska stadsförbundets tidskrift*, nr 2 1945, 79–83. Den senare texten var ett sam-

mandrag av ett inledande föredrag Tamm höll vid en diskussion om kommunal reklam vid Reklamböjningen i Göteborg. Även i tidskriften *Biografägaren* förekommer några korta notiser under början av 1940-talet om kommuner där stadsfilmsinspelningar diskuteras. Se till exempel: "Kristinehamn filmas?", *Biografägaren*, nr 7–8 1942, 4; "Linköping filmas", *Biografägaren*, nr 11 1942, 4; "Nu är det Sandvikens tur", *Biografägaren*, nr 1 1946, 4. I en notis uppmärksammade tidskriften även en diskussion om "kortfilmen i den kommunala upplysningens tjänst" från Stockholms stadsfullmäktige. "Kortfilmen", *Biografägaren*, nr 12–13 1946, 3.

9. "Stadsfilmer – för eftervärlden och som reklam", 1937, 498–500.
10. De enda gånger som frågan om stadsfilmer tidigare lyfts fram i tidskriften är i en notis från 1921 och i två korta notiser från 1929. I notisen från 1921 diskuteras inrättandet av ett kommunalt filmarkiv i Trelleborg inkluderande inspelning av nytt material. Filmarkivet ansågs kunna utgöra ett exempel för andra städer och bolaget A.B. Hasse W. Tullberg hade också framfört erbjudande om liknande inspelningar till andra städer som dock avböjt på grund av det rådande ekonomiska läget. I den korta notisen "Stadsfilmer" från 1927 diskuteras hur staden Sundbyberg låtit spela in en film för att uppmärksamma stadens övergång från köpingskommun till stad. Filmen inkluderade "interiörer från stadens verk och inrättningar, stadsfullmäktiges sammanträden ävensom bilder från de festligheter, med vilka samhället firade sitt inträde i städernas krets." Syftet förefaller framför allt ha varit kulturhistoriskt och filmen från Sundbyberg lyfts även fram i en lite längre notis från samma år om inrättandet av kommunala filmarkiv. Utöver Sundbyberg lyfts inrättande av ett filmarkiv i Stockholm fram. "Kommunalt filmarkiv", *Svenska stadsförbundets tidskrift*, nr 6 1921, 380; "Stadsfilmer", *Svenska stadsförbundets tidskrift*, nr 2 1929, 121; "Upprättande av filmarkiv", *Svenska stadsförbundets tidskrift*, nr 7 1929, 477–478.
11. "Stadsfilmer", 1938, 242.
12. Furhammar, 2003, 137–142.
13. Blomberg, 2007; Vesterlund, 2007.
14. "Stadsfilmer – för eftervärlden och som reklam", 1937, 499. Kursivering i original.
15. Gardeström, 2018.
16. I *Biografbladet* lyftes under 1930- och början av 1940-talet ett urval kortfilmer fram i den återkommande genomgången av den aktuella biografrepertoaren. 1946 deklarerades även i *Biografägaren* att tidskriften framgent skulle komma att presentera några av de aktuella svenska och internationella kortfilmerna, utöver den sedvanliga presentationen av nya långfilmer. "Kortfilmsproduktionen", *Biografägaren*, nr 1 1946, 12.
17. "Kulturfilmskatalog", *Biografägaren*, nr 5 1936, 1; "Kortfilmen gör anspråk på uppmärksamhet. Sveriges Biografägareförbunds Kulturfilmskatalog N:r 1 föreligger färdig.", *Biografägaren*, nr 3 1937, 7; "ABF och biografägareförbundets kultursträvanden. *Biografägareförbundet får ample lovord av folkbildningsmän*", *Biografägaren*, nr 1 1938, 8–9.

18. Sign.: J.T., "De svenska kortfilmerna: Deras uppkomst och utveckling", *Biografbladet*, nr 2 1940, 14–16; "Staten gör kortfilmer? – Informationsstyrelsen planerar", *Biografägaren*, nr 9–10 1940, 3; "Staten och kortfilmerna. Ett filmråd i informationsstyrelsen", *Biografbladet*, nr 5–6 1940, 6; Sign.: A. B-h. "Statsmakterna visa nyvaknat filmintresse: Informationsstyrelsen utger filmkatalog", *Biografbladet*, nr 7–8 1940, 2; "Informationsstyrelsens filmverksamhet: De krisupplysande kortfilmerna", *Biografbladet*, nr 2 1941, 4; "Den svenska kortfilmen står högt. Konstnärligt, instruktivt, underhållande, manande till enighet och svenskhet", *Biografbladet*, nr 2 1942, 2; "Kortfilmen och våra biografer", *Biografägaren*, nr 6 1943, 1.
19. Se exempelvis: SOU 1942:36; SOU 1946:72; SOU 1949:31, 34–99.
20. Citerad i: Kåring Wagman, 2006, 58.
21. "Staden vid Göta älv", Svensk Filmdatabas, <http://www.svenskfilmdatabas.se/sv/item/?type=film&itemid=57483>, (Senast kontrollerad 14/1 2021). Huvudfilmen *Två år i varje klass* hade premiär några veckor tidigare, 24 januari 1938 och hade då en annan förfilm, vilket gör att *Staden vid Göta älv* inte nämns i recensionerna av Walléns film i Stockholms-tidningarna.
22. Sign.: L[ars Djurberg], "Spegelns middagsprogram", i *Stockholms-Tidningen*, 15/2 1938.
23. Ibid.
24. "Staden vid Göta älv", filmarkivet.se, <https://www.filmarkivet.se/movies/staden-vid-gota-älv/>, (Senast kontrollerad 14/1 2021).
25. Inte heller i den kontextualiserande informationen på filmarkivet.se eller i Svensk Filmdatabas finns någon information om filmens beställare eller finansierare.
26. Brev från Per G. Holmgren till Nils Elander, 14/5 1937, IV c:1, "handl. ang. div. propagandafilmer 1937–1945", GBTF, RLG; Brev från Carl Gustaf Johnson till Nils Elander, 11/5 1937, IVc:1, "handl. ang. div. propagandafilmer 1937–1945", GBTF, RLG.
27. Föreningen bildades genom en sammanslagning av Göteborgs turisttrafikförening, som grundats 1913, och Bohusläns turisttrafikförening. *Göteborgs kommunalkalender 1937*, 253–254.
28. 1937 bidrog Göteborgs stad med 4 000 kronor till föreningen (Knappt 125 000 kronor i 2020 års penningvärde). *Göteborgs kommunalkalender 1937*, 254. Under de kommande decennierna höjdes stadens bidrag successivt och 1960, då föreningen bytte namn till Göteborgs och Bohusläns turisttrafikförbund, låg bidraget på mellan 100 000 och 150 000 kronor (i runda tal mellan knappt 1,25 och drygt 1,8 miljoner kronor i 2020 års penningvärde), där motsvarande belopp förväntades inkomma från föreningens medlemsavgifter och genom bidrag från näringslivet. *Göteborgs kommunalkalender 1960*, 273.
29. Föreningens äldre material, fram till 1946, finns bevarat på Riksarkivet (Tidigare Riksarkivet-Landsarkivet) i Göteborg. Senare material, om än med luckor, finns bevarat som en del av den senare organisationen Förbundet Västkus-tens turistråds arkivmaterial på Regionarkivet i Göteborg.

30. Kontrakt mellan Göteborgs och Bohusläns turisttrafikförening och Per G. Holmgren, "Filmkontrakt", 19/5 1937, IV c:1, "handl. ang. div. propagandafilmer 1937-1945", GBTTTF, RLG.
31. Enda gången internationell distribution nämns är i Holmgrens första brev till turisttrafikföreningen. Brev från Per G. Holmgren till Nils Elander, 1937.
32. Göteborgs och Bohusläns turisttrafikförening, Årsberättelse 1937, I:5, GBTTTF, RLG, 3.
33. Om det i slutändan blev något av den längre versionen av filmen och om, och i så fall var, den idag den finns bevarad har inte gått att utröna.
34. Handhavandet av filmens finansiering framstår som något omständligt. Holmgren skulle kontakta potentiella intressenter och de inkommande bidragen skulle inbetalas till turisttrafikföreningen för att sedan betalas ut till Holmgren vartefter arbetet fortskred. Kontrakt mellan Göteborgs och Bohusläns turisttrafikförening och Per G. Holmgren, 1937.
35. Göteborgs stadsfullmäktiges handlingar, nr 280 1937.
36. "Stadsfilmer – för eftervärlden och som reklam", 1937, 498-500.
37. Göteborgs stadsfullmäktiges handlingar, nr 280 1937, 2.
38. Ibid.
39. Göteborgs stadsfullmäktiges handlingar, protokoll nr 10 § 19, 17/6 1937.
40. Brev från Per G. Holmgren till styrelsen för Göteborgs och Bohusläns turisttrafikförening, "Ang. filmen 'Staden vid Göta älv'", 8/4 1938, IV c:1, "handl. ang. div. propagandafilmer 1937-1945", GBTTTF, RLG.
41. Brev från Göteborgs och Bohusläns turisttrafikförening till advokat Fred. Holmgren, 4/8 1938, IV c:1, "handl. ang. div. propagandafilmer 1937-1945", GBTTTF, RLG.
42. Brev från A. Gabrielsson, Aktiebolaget Volvo, till Nils Elander, 7/7 1937, IV c:1, "handl. ang. div. propagandafilmer 1937-1945", GBTTTF, RLG; Brev från Aktiebolaget Svenska Kullagerfabriken till Nils Elander, 16/7 1937, IV c:1, "handl. ang. div. propagandafilmer 1937-1945", GBTTTF, RLG; Brev från Kungliga Järnvägsstyrelsen till Göteborgs och Bohusläns turisttrafikförening, 12/7 1937, IV c:1, "handl. ang. div. propagandafilmer 1937-1945", GBTTTF, RLG; Brev från Rederiaktiebolaget Svenska Lloyd till Nils Elander, 6/7 1937, IV c:1, "handl. ang. div. propagandafilmer 1937-1945", GBTTTF, RLG.
43. Utöver Göteborgs stads bidrag på 3 000 kronor, bidrog Göteborgs Restaurant A.B., Göteborg-Fredrikshavn Linjen, Trafikförv. Göteborg-Dalarna-Gävle, Lisebergs A.B., Västergötland-Göteborgs järnväg och Göteborg-Borås järnväg med belopp på mellan 100 och 500 kronor till filmen. Ekonomisk sammanställning, "Uppgift över genom Göteborgs och Bohusläns Turisttrafikförening inlagna bidrag och gjorda utbetalningar till den av herr Per G. Holmgren sommaren 1937 tagna propagandafilmen över Göteborg", 11/2 1938, IV c:1, "handl. ang. div. propagandafilmer 1937-1945", GBTTTF, RLG.
44. Namnen på flera olika produktions- och distributionsbolag återfinns i arkivmaterialet. Initialt skrevs kontraktet med filmfirman C. G. Johnson, men senare använder Holmgren brevpapper från bolaget Förberg-Film i sin korrespondens

med turisttrafikföreningen. I den inledande korrespondensen kring filmen förklaras att distributionen skulle skötas av bolagen AB Europafilm, AB Paramount och AB Irefilm, men i kontraktet för filmen anges bara det senare bolaget som distributör av filmen. I den färdiga filmen anges dock att Svensk Talfilms distributionsbyrå har ensamrätt och officin för filmen och bolaget anges även som produktionsbolag på censurgranskningkortet. Brev från Per G. Holmgren till Nils Elander, 1937; Kontrakt mellan Göteborgs och Bohusläns turisttrafikförening och Per G. Holmgren, 1937; Censurkort nr 57071, "Staden vid Göta älv", D 1 A:38, Statens biografbyrås arkiv, RAA.

45. Det bör påpekas att den kopia av filmen som finns i SFI:s samling och som ligger till grund för den digitaliserade version som finns tillgänglig på filmarkivet.se inte är helt komplett. En minut och 16 sekunder av filmen saknas i jämförelse med den längd filmen enligt censurkortet hade vid premiären 1938. Åtta minuter och 29 sekunder in i filmen finns ett litet hopp i bilden och på ljudspåret och det kan tänkas att det är där den saknade biten av filmen skulle ha återfunnits. Analysen tar utgångspunkt i den digitaliserade version av filmen som finns på filmarkivet.se, men även den analoga kopian i SFI:s arkiv har studerats.

46. Manusförslag, "Förslag till film över Göteborg", Per G. Holmgren och Sven Åhman, odaterat, IV c:1, "handl. ang. div. propagandafilmer 1937-1945", GBTTTF, RLG. Den stora skillnaden mellan det föreslagna manuset och den färdiga filmen är att två sekvenser från stadens industrier och en sekvens från stadens sport- och idrottsliv saknas. Först en sekvens som beskrivs som "ett industrireportage i uppdriven rytm", sedan "ett bildmontage av fabriksbyggnader, arbetsdetaljer etc." och slutligen en sekvens från idrottens Göteborg: "Fotbollsmatch på Ullevi. Bildmontage av olika sportgrenar. Allmän idrott på Slotsskogsvallen, Åbyfältet, rodd etc.". Filmen finns som nämnts inte bevarad i sin helhet och det är möjligt att den saknade, drygt en minut långa, biten skulle kunna ha inkluderat dessa skildringar. Men det går förstas bara att spekulera kring.

47. Jacobs, Kinik, Hielscher, 2019, 25-26.

48. SOU 1944:59, *Betänkande med förslag till ändrad semesterlagstiftning*, 20-21.

49. Thomson, 2018a, 23.

50. Bengtsson, 2007. Se även Jönssons analys av filmen *Salabygd* (1953) och Iversens diskussion om de så kallade Oslo-filmerna. Jönsson, 2006; Iversen, 2011.

51. Se till exempel: Cowan, 2014, 76-77.

52. Habel, 2002, 9-10.

53. Gunning, 1997, 15.

54. Göteborgs stadsfullmäktiges handlingar, nr 280 1937, 2.

55. För en diskussion om begreppen *show* och *tell* i relation till den griersonska traditionen se till exempel: Beattie, 2008, 9-31.

56. Ibid, 9.

57. Zimmermann, 2011, 82.

58. "Per G. Holmgrens Göteborgsfilm Staden vid Göta älv visas oavbrutet kl. 1-6 å Victoria samt vid kvällsförest. å Victoria o. Flamman", annons Victoria & Flamman, *Göteborgs-Posten*, 9/3 1938, 4.



59. Sign.: Grip [Sten Björild], "Biopremiärer", *Göteborgs-Posten*, 8/3 1938.
60. Sign.: Candide, "Biograferna", *Göteborgs Handels- och Sjöfartstidning*, 8/3 1938, 8. Även i Göteborgs-tidningarna *Ny Tid*, *Göteborgs Morgonpost* och *Morgontidningen* omnämns filmen i positiva ordalag. Sign.: Pp [Allan Törnström], "Två år i samma [Sic!] klass – Victoria och Flamman", *Ny Tid*, 8/3 1938; Sign.: Quick, "Kortfilmer – Victoria och Lillan", *Ny Tid*, 8/3 1938; Sign.: Dn., "Victoria o. Flamman: Tjuvpojksfilm", *Göteborgs Morgonpost*, 8/3 1938; Sign.: Cl-, "Victoria och Flamman: Två år i varje klass", *Morgontidningen*, 8/3 1938.
61. Snickars, 2001, 184–185.
62. Sign.: Well [William Larsson], *Skånska Dagbladet*, 8/2 1938; Sign.: Ht., "Palladium", *Arbetet Malmö*, 8/2 1938.
63. "Några svenska kortfilmer", *Biografbladet*, nr 3 1938, 44.
64. Se kataloger över 16mm ljudfilm från AB Svensk Kulturfilm för 1948 och 1949. AB Svensk Kulturfilm, samling av trycksaker, Vardagstryck KB. Rörande Svensk Kulturfilm finns lite skrivet. Bolaget grundades 1938 och var inriktat på produktion och distribution av kulturfilm på 16 och 8mm för visning vid sidan om biografen. Vid bolagets tioårsjubileum uppmärksammade *Biografägaren* att dess uthyrningsarkiv omfattade 600 filmer. Av dessa hade 300 filmer spelats in av bolaget till det egna arkivet eller för distribution till i första hand ideella föreningar. Notisen avslutas med att konstatera att: "Kultursmalfilmen har sålunda fått en betydligt ökad användning inom föreningar, idrottsrörelsen, skolor och hem." I samband med 10-årsjubileet gav bolaget även ut boken *Att visa film*, som detaljerat beskriver en lång rad olika aspekter av smalfilmsvisning. "Svensk kulturfilm", *Biografägaren*, nr 3 1948, 5; Arne Lundh & Harry Jonasson, *Att visa film* (Stockholm: AB Svensk Kulturfilm, 1948).
65. Se sidan 5 i AB Svensk Kulturfilms katalog från 1948. AB Svensk Kulturfilm, samling av trycksaker, Vardagstryck KB.
66. Filmen finns listad i en tidskrift utgiven av den amerikanska organisationen National Board of Review of Motion Pictures under rubriken "Short Subjects – Informationals". Den svenska titeln för filmen anges med den kompletterande förklaringen "The City of Gothenburg". Det anges också att filmen distribuerades av bolaget Scandinavian Talking Pictures inc. Se: *National Board of Review Magazine*, vol. XV nr 5, 1940, Media History Digital Library, [https://lantern.mediahist.org/catalog/nationalboardofr1415nati\\_0007](https://lantern.mediahist.org/catalog/nationalboardofr1415nati_0007), (Senast kontrollerad 14/1 2021), 16.
67. *National Board of review magazine*, 1940, 16. Min kursivering.
68. Synopsis, Uno Åhrén, "En Göteborgsfilm. En syntes av Göteborgs liv och arbete.", 26/5 1937, IVc:1, "handl. ang. div. propagandafilmer 1937–1945", GBTF, RLG.
69. Brev från Gösta Parment till Nils Elander, 5/6 1937, IV c:1, "handl. ang. div. propagandafilmer 1937–1945", GBTF, RLG.
70. Göteborgs stadsfullmäktiges handlingar, nr 243 1945, 1.
71. Se exempelvis: *Filmfönstret*, nr 1 1947, 20.
72. Göteborgs stadsfullmäktiges handlingar, nr 243 1945, 1.
73. Ibid.
74. Ibid, 2.

75. I den statliga utredningen "Statligt stöd för svensk filmproduktion" från 1942 anges att en kortfilm på 300–500 meter (drygt 10 till knappt 20 minuter) har en produktionskostnad på mellan 5 000 och 15 000 kronor, plus kostnader för framställandet av kopior. En jämförelse är inte helt lätt att göra, men givet den tänkta filmens längd på 30–40 minuter förefaller dess budget på 35 000 kronor som relativt omfattande, även om den också inkluderade framställandet av två olika versioner och visningskopior av filmen. SOU 1942:36, 26.
76. Göteborgs stadsfullmäktiges handlingar, nr 243 1945, 3.
77. Ibid.
78. "Drätselkammaren vill inte se Ada i göteborgsfilm", *Arbetartidningen*, 12/5 1945.
79. Göteborgs stadsfullmäktiges handlingar, protokoll nr 7 §37, 24/5 1945.
80. "Kommunal propagandafilm", 1945, 391.
81. Kåring Wagman, 2006, 111; Stellan Wendt, "Reklam för skattebetalning", *Svenska stadsförbundets tidskrift*, nr 1 1942, 75–77; Tamm, 1945, 81–82.
82. Kåring Wagman, 2006, 61.
83. "Filmpropaganda för skatten", *Biografägaren*, nr 7 1941, 2; Kåring Wagman, 2006, 111. Frågan var aldrig uppe för diskussion i stadsfullmäktige och detaljer kring filmen och huruvida den faktiskt blev av har inte varit möjligt att fastslå inom ramen för den här studien.
84. Göteborgs stadsfullmäktiges handlingar, protokoll nr 4 §29, 22/3 1945; Göteborgs stadsfullmäktiges handlingar, nr 129 1945; "Göteborg ger ut egen tidning", *Svenska stadsförbundets tidskrift*, nr 7 1945, 392.
85. Petter Tistedt, *Visioner om medborgerliga publikker: Medier och socialreformism på 1930-talet* (Höör: Brutus Östlings förlag Symposion, 2013). Även Ylva Habel har analyserat utställningen Fritiden utifrån ett Foucault-inspirerat perspektiv. Habel, 2002, 195–220; Ylva Habel, "The exhibition 'Modern Leisure' as a site of governmentality", *Swedish Modernisms: Architecture, consumption, and the welfare state*, red. Helena Mattsson & Sven-Olov Wallenstein (London: Black Dog Publishing, 2010), 122–133.
86. Kåring Wagman, 2006, 44. Se även: Ulla Ekström von Essen, *Folkhemmets kommun: Socialdemokratiska idéer om lokalsamhället 1939–1952* (Stockholm: Atlas, 2003), 160–164.
87. Kåring Wagman, 2006, 108.
88. Filmo, *Filmförteckning* (Stockholm: Folkrorelsernas filmorganisation, 1940), Vardagstryck, KB, 38.
89. *HSB i ord och bild* (Filmo, 1939), *Din Stad – En film om Göteborg* (Sven Andersson 1942) och *Vårt mål* (Filmo/Olof Calderon, 1946), alla tre filmer finns tillgängliga på filmarkivet.se. Även inför valet 1938 producerades en valfilm på beställning av Göteborgs arbetarekommun/SAP i Göteborg: *Det nya Göteborg* (AB Kinocentralen, 1938). Filmen producerades av bolaget AB Kinocentralen men finns upptagen i Filmos *Filmförteckning* från 1940: Filmo, 1940, 4.
90. För perioden mellan valen 1942 och 1946 såg fördelningen av ledamöter mellan de olika grupperna i stadsfullmäktige ut på följande vis: Socialdemokratiska

gruppen 30, Högergruppen 12, Folkpartiets grupp 8, Kommunistiska gruppen 10. Se: *Göteborgs kommunalkalender*, 1946, 59.

91. Jönsson har på liknade sätt understrukit de täta banden mellan de ledande såväl privata som offentliga aktörerna inom den svenska filmbranschen, inte minst under andra världskriget och inom Statens informationsstyrelse, som grundades 1939. Jönsson, 2011, 12–13. När det gäller filmprojektet som diskuteras i detta kapitel kan det lyftas fram att Niklas Skoglund som skrev manus och regisserade filmen var bror till Gunnar Skoglund, regissör och skådespelare och mest känd som speakeröst till SF-journalen, och Erik Skoglund, tillförordnad och sedan ordinarie chef för den svenska filmcensuren vid statens biografbyrå 1954–1971.

92. I *Sveriges port mot väster* återfinns till exempel tagningar från stadens sjukvård som också syns i valfilmerna *Din stad*, från 1942 och *Vårt mål*, från 1946. Även några tagningar från stadens centrala delar och från nybyggda bostadsområden förekommer i såväl *Sveriges port mot väster* som i de två valfilmerna.

93. Thomson, 2018a, 64–85.

94. Filmö, *Filmförteckning 4* (Stockholm: Folkrorelsernas filmorganisation, 1947), Vardagstryck, KB, 6.

95. "Kortfilmer", *Biografägaren*, nr 18–19 1946, 8.

96. Filmö, 1947, 6.

97. Björkin, 2004, 250; Vesterlund, 2008, 195–200.

98. David Bordwell, Kristin Thompson & Jeff Smith, *Film art: An introduction* (New York: Mac Graw Hill Education, 2017), 251.

99. Per Vesterlund, *Den glömde mannen: Erik "Hampe" Faustmans filmer* (Stockholm: Stockholms universitet, 1999), 99.

100. Bengtsson, 2007.

101. Musiał, 2002.

102. Se till exempel: Foucault, 1982.

103. Habel diskuterar 1930-talets befolkningsfråga och rashygieniska diskurs genom att analysera ett antal reklamkampanjer kring barnafödande och befolkningens hälsa och lyfter fram just barnets centrala plats i dessa kampanjer. Habel, 2002, 59–89.

104. Kåring Wagman, 2006, 97–100.

105. För en diskussion om retoriken i *Housing Problems*, se: Winston, 2008, 46–58. Se även: Corner, 1996, 63–71.

106. Vesterlund, 2008, 187.

107. Filmö, 1947, 6.

108. Vesterlund, 2007, 229. För bredare diskussion om filmen se även: Vesterlund, 1999, 116–117.

109. Sign.: Bly [Carl Johan Holzhausen], "Biopremiärerna", *Göteborgs-Posten*, 4/2 1947.

110. På grund av kriget hade importen av olja och kol till Sverige i det närmaste upphört. Runt om i Sverige avverkades skog för landets bränslebehov och stora lager med ved förvarades på gator, torg och gårdar i Göteborg. Bengt A. Öhnander, *Göteborg under andra världskriget* (Göteborg: Tre böcker förlag, 2005), 201–202.

111. PM, "Göteborg, porten mot väster", Göteborgs och Bohusläns turisttrafikförening, odaterat, F2:2:9, GKF, RAG; Protokoll Göteborgs stadskollegium, § 728 16/9 1953, A1:27, GKS, RAG.

112. Zimmermann, 2011, 79–80.

113. Bertil Lauritzen, "Filmen och undervisningen", *Filmen och samhället: Social årsbok 1949* (Stockholm: Centralförbundet för socialt arbete/Kooperativa förbundets bokförlag, 1950), 109.

114. Lauritzen, 1950, 109.

115. Vonderau, 2016a, 4.

116. Wickman, 2018, 100–101.

117. Zimmermann, 2011, 79–80.

118. Johan Ericson, Svenska Filminstitutet, "SV: Förfrågan om innehav i Filmarkivet", e-mail till författaren, 19/5 2015.

119. Thorir Ingvarsson, Svenska Filminstitutet, "SV: Staden vi Västerhavet", e-mail till författaren från 5/4 2018.

120. Brev från Lars-Olof Lööf till Svenska Filminstitutet, "Ang. Nitratfilm", 25/8 1992, Göteborgs stadsmuseum, Ämnesarkivet, Biografilm/förteckningar.

121. Widmark, 2007, 294–295.

122. Heymer & Vonderau, 2009, 407.

123. "Stadens egen göteborgsfilm sällan visad", *Göteborgs Handels- och Sjöfartstidning*, 23/11 1948.

124. "Stadens egen göteborgsfilm sällan visad", 1948.

125. Göteborgs stadsfullmäktiges handlingar, nr 517 1946; Göteborgs stadsfullmäktiges handlingar, protokoll 13 § 8, 7/11 1946.

## 5. Rekordåren.

### 1950- och 1960-talens kommunala stadsfilmer

1. Under de så kallade rekordåren 1945 till 1975 växte antalet invånare i stor-göteborg med 200 0000. Olsson, 1996, 179.

2. Kåring Wagman, 2006, 42–44; Bo Gustafsson, *Den tysta revolutionen: Det lokala välfärdssamhällets framväxt: exemplet Örebro 1945–1982* (Hedemora: Gidlund, 1988), 15–23.

3. Ekström von Essen, 2003, 392.

4. Sven Aspling, "Samhället och fritiden", *Turismen och samhället: Svenska turistföreningens konferens med turistorganisationerna den 7 och 8 oktober 1963 i Stockholm* (Stockholm: Svenska turistföreningen, 1963).

5. Svenska turisttrafikförbundets centralkommitté, *Turismen i Sverige: Föredrag vid konferens med ordförandena i de regionala turisttrafikorganisationerna 8–9 november 1960* (Stockholm: Svenska turisttrafikförbundet, 1961), 8.

6. Lundbladh, 2009, 7.

7. Ibid, 8.

8. Kåring Wagman, 2006, 64, 162 & 237.

9. Se exempelvis en diskussion om film och kommunal upplysningsverksamhet

i Uddevalla: ”Kommunal upplysningsverksamhet”, *Svenska stadsförbundets tidskrift*, nr 10 1955, 292.

10. Flera av artiklarna, där inte minst internationella aspekter av den kommunala PR-verksamheten betonades, skrevs av Olof Forsberg, stadskamrer i Kalmar. Olof Forsberg, ”Aktiv kommunpolitik för industrilokalisering”, *Svenska stadsförbundets tidskrift*, nr. 18 1960, 647–649; Olof Forsberg, ”Kommunal information och reklam”, *Svenska stadsförbundets tidskrift*, nr. 5 1961, 167–169; Olof Forsberg, ”Kommunal PR med internationell anknytning: Kalmar får vänort i USA”, *Svenska stadsförbundets tidskrift*, nr. 4 1963, 159–163; Olof Forsberg, ”Handlingsprogram för kommunal PR”, *Svenska stadsförbundets tidskrift*, nr. 11 1965, 458–463. Se även: Lars Hempel, ”PR i nämndhusen”, *Svenska stadsförbundets tidskrift*, nr 10 1965, 439–441. Göte Johnsson, ”Målinriktad PR i kommunerna”, *Svenska stadsförbundets tidskrift*, nr 4 1967, 144–146.

11. Stjernholm & Norén, 2019, 13.

12. Furhammar, 2003, 204.

13. Ibid.

14. Denna tendens påpekades redan i en notis i *Biografbladet* från 1943. ”Kortfilmerna”, *Biografbladet*, nr 12 1943, 35.

15. Björkin, 2004.

16. Nils-Gustaf Holmquist, ”Landet utan kortfilm”, *Biografägaren*, nr 9 1956, 6; ”Den svenska kortfilmen”, *Biografägaren*, nr 7–8 1960, 1.

17. Björn Johansson, ”Filmen i näringslivets tjänst”, *Biografägaren*, nr 1 1959, 14–15.

18. Thomson, 2019.

19. Stjernholm lyfter fram den internationella distributionen av Gösta Werners filmer under 1950- och 1960-talen, men diskuterar inte i närmare detalj hur de cirkulerade. Se kapitel 6 och 7 i: Stjernholm, 2018, 215–285.

20. Om en stadsfilm om Västerås, se: ”Upptagande av stadsfilm”, *Svenska stadsförbundets tidskrift*, nr 1 1963, 35. Om inspelningen av en informationsfilm om Norrköping, se: ”Informationsfilm”, *Svenska stadsförbundets tidskrift*, nr 4 1964, 187. Om inspelningen av en film om Lund se: ”Stadsfilm”, *Svenska stadsförbundets tidskrift*, nr 5 1964, 242; Om bidrag till filminspelning i Kiruna och Borgholm, se: ”Filmning”, *Svenska stadsförbundets tidskrift*, nr 12 1965, 556.

21. Fred Terselius, ”Varför gör man film”, i *Svenska stadsförbundets tidskrift*, nr. 4 1966 156–158.

22. ”Ny kortfilmschef”, *Biografägaren*, nr 7–8 1964, 3.

23. Terselius, 1966, 156.

24. Terselius, 1966, 157.

25. Stjernholm, 2018, 265–267.

26. Terselius, 1966.

27. Svårigheten att få en stadsfilm visad på television syns i Stjernholms diskussion om Gösta Werners sista film *Lund*. Stjernholm, 2018, 281.

28. Göteborgs stadsfullmäktiges handlingar, nr 517 1946. Det bevarade materialet från nämnden är begränsat. I arkivposten för ”Stadens film och reklamverk-

samhet”, som finns bland Göteborgs kommunfullmäktiges handlingar på Regionarkivet i Göteborg, återfinns i huvudsak några utdrag från drätselkammarens och stadsfullmäktiges protokoll där filmfrågor diskuterades, några brev från turisttrafikföreningen och några handskrivna anteckningar, samt ett manusförslag från det lokala bolaget Fresco Film. Stadens film- och reklamverksamhet, F2:2:9, GKF, RAG.

29. Protokoll Göteborgs stadskollegium, § 45 11/1 1956, A1:32, GKS, RAG. Här är det bevarade materialet mer omfattande, med bland annat löpande daterade protokoll och det går att se att frågan om filmproduktion vid några tillfällen behandlades. Informations- och reklamberedningen, protokoll och inneliggande handlingar 1956–1959, F1: 21, GKS, RAG.

30. I film- och reklamnämnden diskuterades ett spontant inkommet manusförslag till turisttrafikföreningen från det lokala bolaget Fresco film, men lämnades utan åtgärd: Brev från Bengt U. Hasselblad till Sune Svärd, 16/4 1953, F2:2:9, GKF, RAG. I informations- och reklamberedningen antogs under 1956 ett förslaget filmprojekt från Ralph Mac Fie, som var verksam inom turisttrafikföreningen. Kostnaden beräknades till 2 000 kronor (knappt 30 000 kronor i 2020 års penningvärde) för en 15–20 minuter lång film. I jämförelse med övriga projekt som diskuterats i avhandlingen framstår summan som väldigt låg. Hur projektet slutade har inte gått att utröna och det sammanfaller tidsmässigt med att turisttrafikföreningen fattade beslut om den film som skulle komma att bli *Den gyllene porten*. Protokoll Stadskollegiets informations- och reklamberedning, 14/6 1956, F1:21, GKS, RAG. Enligt en notis i *Arbetartidningen* från januari 1957 visade Mac Fie ett utkast till en reklamfilm om Göteborg vid en lokal sammankomst för turistbranschen. Filmen verkar dock ännu inte ha accepterats av kommunen och enligt skribenten var filmen alltför omfattande och ofokuserad. ”Reklamfilm om Göteborg”, *Arbetartidningen*, 26/1 1957.

31. Protokoll Göteborgs stadskollegium, § 438 23/5 1956, A1:33, GKS, RAG.

32. Förarbetet kring filmen inom turisttrafikföreningen har inte gått att följa eftersom det i föreningens arkivmaterial finns en lucka vad gäller korrespondens och protokoll för andra halvan av 1940-talet och större delen av 1950-talet.

33. Göteborgs stadsfullmäktiges handlingar, nr 35 1957.

34. Göteborgs stadsfullmäktiges handlingar, protokoll nr 1 § 55, 24/1 1957.

35. Göteborgs och Bohusläns turisttrafikförening, *Årsberättelse 1956*, (Göteborg: Göteborgs och Bohusläns turisttrafikförening 1957), F1:1, VKTRF, RAG, 7. Se även: Sammanställning kostnader och distribution, ”Filmen ’Göteborg – Den gyllene porten’”, Sune Svärd, 28/5 1957, A1:1:F, VKTRF, RAG.

36. ”Svensk Tonfilm”, Svensk Filmdata, <http://www.svenskfilmdata.se/sv/item/?type=company&itemid=508070>, (Senast kontrollerad 14/1 2021).

37. Se exempelvis Jönssons analys av *Salabygd* som Cronsoie gjorde tillsammans med Sven Norling samt Ann-Kristin Wallengrens text om *Dollartåget* (1953), som precis som *Den gyllene porten* producerades av Cronsoie på bolaget Svensk Tonfilm och sponsrades av SJ: Jönsson, 2006; Ann-Kristin Wallengren, ”Dollartåget”, ”*Skosmörja eller arkivdokument?*”: *Om filmarkivet.se och den digitala filmhistorien*, red.



Mats Jönsson & Pelle Snickars (Stockholm: Mediehistoriskt arkiv, 2012), 229–244.

38. ”Göteborg – En stad i förvandling”, Svensk Filmdatabas, <http://www.svenskfilmdatabas.se/sv/item/?type=film&itemid=30888>, (Senast kontrollerad 14/1 2021).

39. Censurkort nr 99589, ”Göteborg – En stad i förvandling”, D1 A:71, Statens biografbyrås arkiv, RAA.

40. Efter att ha visats på Göteborgs filmfestival 2018 finns filmen listad i Svensk Filmdatabas.

41. Efter visningen på Göteborgs filmfestival 2018 finns denna digitaliserade version även tillgänglig på filmarkivet.se. ”Den gyllene porten”, filmarkivet.se, <https://www.filmarkivet.se/movies/den-gyllene-porten/>, (Senast kontrollerad 14/1 2021); E-post från Wanda Lindblom Bendjelloul, 2018.

42. Filmkopia, 16mm, ”Den gyllene porten”, utan årtal, K6C:3, VKTRF, RAG; Filmkopia, 16mm, ”SJ:s filmarkiv kopia nr 625-613, Das Goldene Tor”, utan årtal, K6 C:1, VKTRF, RAG. Även i Göteborg stadsmuseums filmsamlingar från Göta-averken finns en kopia av filmen bevarad.

43. Wallengren har noterat liknande problem med synkroniseringen mellan bild och ljudspår för Cronsoies film *Dollartåget*. Wallengren, 2012, 229.

44. Furhammar, 2003, 218; Stjernholm, 2018, 267.

45. Christian A. Tenow, ”Att göra beställningsfilm”, *Vi på SF*, nr 2 1957, 11.

46. Bengtsson, 2007, 132.

47. Beattie, 2008.

48. Brev från Åke Magnusson till Sune Swärd, ”Göteborgsfilmen”, 24/1 1957, Dnr. 70078, 021 E E1:5, Statens järnvägar (SJ) med föregångare, Förvaltningsarkiven 1855–2000, RAA.

49. SJ Reklamsektion, ”SJ Filmförteckning 1965–1966” (Stockholm: SJ Reklamsektion 1965), Vardagstryck, KB, 8.

50. Sammanställning kostnader och distribution, 1957.

51. Sammanställning kostnader och distribution, 1957.

52. Göteborg och Bohusläns turisttrafikförening, *Årsberättelse 1958* (Göteborg: Göteborgs och Bohusläns turisttrafikförening 1959), F1:1, VKTRF, RAG, 3; Göteborgs och Bohusläns turisttrafikförbund, *Årsberättelse 1960* (Göteborg: Göteborgs och Bohusläns turisttrafikförbund 1961), F1:1, VKTRF, RAG, 6; Göteborgs och Bohusläns turisttrafikförbund, *Verksamhetsberättelse för 1961* (Göteborg: Göteborgs och Bohusläns turisttrafikförbund 1962), F1:1, VKTRF, RAG, 8. 1960 bytte föreningen, som nämnts, namn till Göteborgs och Bohusläns turisttrafikförbund.

53. Sammanställning kostnader och distribution, 1957; Göteborgs och Bohusläns turisttrafikförening, 1959, 3. Även när det gäller Jørgen Roos film *En by ved navn København* från 1960 fanns det diskussion om att göra kopior på esperanto, något som dock aldrig blev av. Thomson, 2018a, 192.

54. Dorothy E. Cook, *Educational film guide 1960 Annual supplement* (New York: H. W. Wilson Company, 1960), Media History Digital Library, <https://lantern>.

[mediahist.org/catalog/59supeducationalfilmoowilsrich\\_0474](http://mediahist.org/catalog/59supeducationalfilmoowilsrich_0474), (Senast kontrollerad 14/1 2021), 46.

55. Sammanställning kostnader och distribution, 1957; Göteborgs och Bohusläns turisttrafikförening, 1959, 3.

56. Detta diskuteras till exempel av Stjernholm i analysen av Gösta Werners kortfilm *Tåget* (1948) som producerades på beställning av bolaget. Stjernholm, 2018, 223–232.

57. SJ nyttjade således filmmediet för alla de tre ”R” som Hediger och Vonderau lyfter fram som centrala syften för industrifilm: att dokumentera (*record*), som ett medel för att förbättra olika arbetsprocesser (*rationalization*) och för att visa upp verksamheten (*rhetoric*). Hediger & Vonderau, 2009b.

58. ”SJ spelar in filmer för att visa för miljonpublik”, *Dagens Nyheter*, 7/3 1946.

59. Göteborgs och Bohusläns turisttrafikförening, 1959, 3.

60. Brev från Åke Magnusson till Göteborgs och Bohusläns turisttrafikförening, ”Ang. SJ-distributionen av Göteborgsfilmen ’Den gyllene porten’ 1958”, 16/1 1960, Dnr. 70078, 021 E E1:5, Statens järnvägar (SJ) med föregångare, Förvaltningsarkiven 1855–2000, RAA; Göteborgs och Bohusläns turisttrafikförbund, *Verksamhetsberättelse 1965* (Göteborg: Göteborgs och Bohusläns turisttrafikförbund 1966), F1:1, VKTRF, RAG, 13.

61. SJ Reklamsektion, 1965, 8.

62. SJ Reklamsektion, 1965, 10.

63. Kataloger över 16mm ljudfilm från AB Svensk Kulturfilm för åren 1958, 1959, 1960, 1962, 1963, 1967, 1968, 1969 och 1970–1971. AB Svensk Kulturfilm, samling av trycksaker, Vardagstryck, KB.

64. Filmförteckningar från Föreningsfilmo för åren 1967–1968, 1969–1970 och 1971–1972. Föreningsfilmo, samling av trycksaker, Vardagstryck, KB.

65. P-G Selking, ”SJ-filmer på segertåg”, *SJ nytt*, nr 6 1953, 14. Se även: Stjernholm, 2018, 226.

66. SJ Reklamsektionen, 1965.

67. Heymer & Vonderau, 2009, 407.

68. Bengtsson, 2007, 132.

69. Inrättandet av arbetsgruppen föregicks av ett nekat förslag från bolaget Nordisk Tonefilm om att spela in en film om Göteborg till 100-årsjubileet av Göteborgs stadsfullmäktige. Skrivelse från Alf Hermansson & Åke Norling, ”PM angående skrivelse från Svenska AB Nordisk Tonefilm med förslag om att framställa film om Göteborg i anslutning till stadsfullmäktiges 100-årsjubileum”, 7/12 1961, Dnr 726/61, Bilaga Y till protokoll Göteborgs stadskollegium 13/12 1961 §990, A1:49, GKS, RAG.

70. Skrivelse från Alf Hermansson & Åke Norling, ”Till stadskollegiet”, 21/11 1962, Dnr 546/62, Bilaga R till protokoll Göteborgs stadskollegium 28/11 1962 §1039, A1:53, GKS, RAG.

71. Ibid, 1.

72. Ibid, 1.

73. Ibid, 1–2.

74. Ibid, 2.
75. "Film om Göteborg ska stimulera till etablering", *Göteborgs Handels- och Sjöfartstidning*, 29/11 1962; "Planerade göteborgsfilmerna skall 'visa allt'", *Arbetartidningen*, 30/11 1962.
76. Skrivelse från Hermansson & Norling, 1962, 3.
77. I följebrevet till manusförslaget presenterade Gavrjusjov bolaget Cinag. Det registrerades som aktiebolag 1961, men sedan 1952 hade "en grupp filmentusiaster och filmkunniga varit verksamma med filmskapande under ledning av under-teknad [Gavrjusjov]". Sedan detta år hade ett 15-tal filmer spelats in som till exempel *Bronsålder* (1955), om Bohusläns hällristningar, som både vann pris för årets bästa svenska kortfilm och uppmärksammades internationellt, och filmer om Götaverken, Göteborgs reningsverk och Hasselblads kamerafabrik. Presentationen avslutas: "Vi vågar påstå att under dessa 10 det lyckats oss att skapa ett litet företag, det enda i Göteborg, med fullständigafilmproduktionsapparat [Sic!], disponerande tillräckliga mängder ljus för krävande färgfilmstagningar, en komplett ljudanläggning, en del trickfilmsmöjligheter och naturligtvis kamerautrustning." Brev från Andrej Gavrjusjov till Göteborgs stadskansli, "Betr. Film om Göteborg", 15/9 1962, Oförtecknat material "Göteborg", Cinag AB, 2. En mapp med osorterade och oförtecknade handlingar från projektet finns bevarat i privat ägo hos Gavrjusjovs son Mischa Gavrjusjov som drev bolaget vidare efter faderns död 1971. Här finns både en del korrespondens kring projektet och ett flertal olika versioner av det manus som Andrej Gavrjusjov och Gösta Andrén utvecklade och som kom att leda fram till den färdiga filmen.
78. Göteborgs stadsfullmäktige handlingar, nr 247 1963, 1.
79. Stjernholm, 2018, 278.
80. "Stadsbyggarens lek med klossar motiv i ny film om Göteborg", *Arbetartidningen*, 10/08 1963.
81. Göteborgs stadsfullmäktige handlingar, nr 247 1963, 1–2.
82. Ibid, 2–3.
83. Ibid, 3; Göteborgs stadsfullmäktige handlingar, protokoll nr 9 § 28, 13/6 1963; Göteborgs stadsfullmäktige handlingar, yttranden nr 9 § 28, 13/6 1963.
84. Stjernholm, 2018, 253–254 & 269.
85. Båda filmerna finns tillgängliga på filmarkivet.se. "Stad vid färdeväg", filmarkivet.se, <https://www.filmarkivet.se/movies/stad-vid-fardevag/>, (Senast kontrollerad 14/1 2021); "Ute blåser sommarvind", filmarkivet.se, <https://www.filmarkivet.se/movies/ute-blasar-sommarvind/>, (Senast kontrollerad 14/1 2021).
86. Göteborgs och Bohusläns turisttrafikförbund, *Verksamhetsberättelse 1964* (Göteborg: Göteborgs och Bohusläns turisttrafikförbund 1965), F1:1, VKTRF, RAG, 9.
87. Göteborgs och Bohusläns turisttrafikförbund, 1965, 9.
88. Göteborgs och Bohusläns turisttrafikförbund, turistbyrån AU-protokoll 23/11 1964, § 6, A1:1, VKTRF, RAG; Brev från Arne Nilsson, AB Filmkontakt, till Gunvald Håkansson, Göteborgs och Bohusläns turisttrafikförbund, "Broder!", 27/1 1965, E1:1:M, VKTRF, RAG.
89. Sign.: "Big Ben" [Uno Asplund], "Flitig göteborgsfotograf filmar Lund efter Göteborg", *Göteborgs Handels- och Sjöfartstidning*, 17/6 1965.
90. Den korta versionen finns publikt tillgänglig på filmarkivet.se och den långa versionen finns tillgänglig för forskning i SMDDB, dock med felstavad titel och utan angivet årtal. "Göteborg – Hjärtpunkt i Norden", filmarkivet.se, <https://www.filmarkivet.se/movies/goteborg-hjartpunkt-i-norden/>, (Senast kontrollerad 14/1 2021); "Göteborg – Hjärtpunkten [Sic!] i Norden", Svensk mediedatabas, <https://smdb.kb.se/catalog/search?q=hjartpunkten&x=0&y=0>, (Senast kontrollerad 14/1 2021).
91. I den längre versionen anges Gösta Andrén och Andrej Gavrjusjov för manus respektive idé till filmen, i den kortare anges i stället Gunvald Håkansson, som var direktör i turisttrafikförbundet, för manus.
92. Ekström von Essen, 2003, 177–178.
93. Se till exempel: Thörn, 2013, 161.
94. Manusutkast Gösta Andrén och Andrej Gavrjusjov, "'Porten mot världen' (Arbetsnamn), Synopsis II", Göteborg april 1963, oförtecknat material "Göteborg", Cinag AB, 9.
95. Ekström von Essen, 2003, 167.
96. Se till exempel: Marshall Berman, *Allt som är fast förflyktigas: Modernism och modernitet* (Lund: Arkiv förlag, 2001), 141–143.
97. Som nämnts återanvändes kartan i filmen *Ute blåser sommarvind* (1965), som även den regisserades av Håkan Bergström och producerades av Filmkontakt, för att på ett liknande sätt visa på Varbergs geografiska läge och förbindelser med omvärlden.
98. Kåring Wagman, 2006; Thord Strömberg, "New logo. Industristaden byter skinn", *Sakta vi gå genom stan: Stadshistoriska studier tillägnade Lars Nilsson*, red. Mats Berglund (Stockholm: Stockholmia förlag, 2005).
99. John R. Gold & Stephen V. Ward, "Of plans and planners", *The Cinematic city*, red. David B. Clarke (Routledge: London, 1997).
100. Thomson, 2019, 146–147.
101. Brev från Bo Carlsund till Åke Norling, Göteborgs stadskollegium, "Betr. Möjligheterna att locka industrier och andra företag till Göteborg med hjälp av en film", 22/3 1962, oförtecknat material "Göteborg", Cinag AB.
102. Sign. Jarl, *Göteborgs-Posten*, 20/3 1964.
103. Herbert Wärnlöf, "Lyckad Göteborgsfilm", *Göteborgs Handels- och Sjöfartstidning*, 20/3 1964.
104. Sign.: Pem [Åke Perlström], "Victoria: Filmen om Göteborg (förspel).", *Göteborgs-Posten*, 21/4 1964.
105. Sign.: Pem, 1964.
106. "Göteborg", *Dagens Nyheter*, 24/1 1964; "Kortfilm om Göteborg ska locka industrier", *Svenska Dagbladet*, 20/3 1964; "Film om Göteborg når europeisk publik", *Svenska Dagbladet*, 9/10 1964.
107. Sign.: Big Ben, 1964.
108. Sign.: Guess [Göran Sellgren], "'Göteborgsfilm' och annat", *Svenska Dagbladet*, 3/3 1967.

109. Göteborgs och Bohusläns turisttrafikförbund, 1965, 9–10.
110. SJ Reklamsektion, 1965, 10.
111. SF:s kataloger ”Skolfilmer, långfilmer, barnfilmer, konstfilmer, kortfilmer” för åren 1964–1965, 1966–1967 och 1969–1970 och katalogerna över 16mm film för åren 1972–1973, 1974–1975, 1977–1978 och 1979–1980. AB Svensk Filmindustri, samling av trycksaker, Vardagstryck, KB.
112. Filmkataloger från Starfilm för åren 1965, 1967, 1969, 1970, 1972 & 1973. Starfilm, samling av trycksaker, Vardagstryck, KB. Filmkataloger från Föreningsfilmo för åren 1967–1968, 1969–1970, 1974–1975 och 1976–1977. Föreningsfilmo, samling av trycksaker, Vardagstryck, KB. Svensk Kulturfilms katalog för 16mm ljudfilm 1970–1971 AB Svensk kulturfilm, samling av trycksaker, Vardagstryck, KB.
113. Kataloger från AV-centralen, Göteborgs allmänna skolstyrelse, 1969–1971, 1971–1973, 1973–1975, 1975–1977. AV-Centraler, kataloger och förteckningar, Vardagstryck, KB.
114. Kataloger från AV-centralen, Karlskrona, 1968–1969, 1969–1970, 1970–1971, 1971–1972, 1975–1976, kataloger från AV-centralen, Malmö skolor 1966, 1967–1968, 1968–1969, 1970, 1971, 1972, 1973–1974, 1976–1977, kataloger från AV-centralen, Skoldirektionen Stockholm/Stockholms skolförvaltning, 1965–1966, 1966–1967, 1967–1968, 1968–1969, 1969–1970, 1970–1971, 1974–1975, 1977–1978, 1979–1980, 1980–1981, 1981–1982. AV-Centraler, kataloger och förteckningar, Vardagstryck, KB.
115. Se katalogen från AV-centralen Malmö skolor för 1969. AV-Centraler, kataloger och förteckningar, Vardagstryck, KB.
116. Florin Persson & Stjernholm, 2019, 60.
117. Filmen visades i regi av turisttrafikförbundet vid designveckorna ”Swedish Modern Weeks” i augusti 1964, i november 1964 som del av en Husmodersträff i Hyresgästernas centralförenings regi, vid Göteborgs Lingförbunds årsmöte 1965, som del av ett program om tre färgfilmer i Göteborgs och Bohusläns Sparbanks lokaler på Grönsakstorget våren 1965, på HSB Göteborgs årsstämma 1965 och på kyrkan Sjömansgården i mars 1967 och mars 1972: ”Swedish Modern Weeks”, annons Göteborgs och Bohusläns turisttrafikförbund, *Göteborgs-Tidningen*, 2/8 1964; ”Hyresgästernas husmodersträff”, annons Hyresgästernas centralförening, *Arbetartidningen*, 18/11 1964; ”Lingförbundets årsmöte”, *Göteborgs-Tidningen*, 31/3 1965; ”Våra insättare har fått 27.200.000 i räntor för 1964”, annons Göteborgs och Bohus Läns Sparbank, *Göteborgs Handels- och Sjöfartstidning*, 26/1 1965; ”HSB:s i Göteborg fria grupp Årsstämma”, annons HSB, *Göteborgs Handels- och Sjöfartstidning*, 17/5 1965; ”Sjömansvårdens [Sic!] värförsäljning”, annons Sjömansgården, *Göteborgs Handels- och Sjöfartstidning*, 1/3 1967; ”Sjömansgårdens värförsäljning”, annons, *Göteborgs Handels- och Sjöfartstidning*, 8/3 1972.
118. I Svenska institutets katalog *Films about Sweden* från 1967/1968 finns fyra språkversioner av filmen listade: tyska, engelska, franska och svenska. Ljudspår till dessa olika språkversioner av filmen finns bevarade på Regionarkivet i Göteborg och här finns även en finsk variant av den längre versionen av filmen. Svenska institutet, *Films about Sweden 1967/1968* (Stockholm: Svenska institutet för kultu-

- rellt utbyte med utlandet, 1967), 3; Filmkopior och ljudspår, ”Göteborg, hjärtpunkt i Norden, lång version”, K6A, VKTRF, RAG; Filmkopior och ljudspår, ”Göteborg, hjärtpunkt i Norden, kortversion, turistversionen”, K6B, VKTRF, RAG.
119. Svenska institutet, 1967, 3. En liknande översättning syns i en av de filmer Thomson skriver om, där *Noget om Norden* (1956) blev *Somethin' about Scandinavia* i engelsk översättning. Att ordet Norden översattes till *Scandinavia* kan enligt Thomson förstås i relation till att ordet saknar ett direkt motsvarande substantiv på engelska. Dessutom var ordet *Nordic* i viss mån beflektat efter andra världskriget. Thomson, 2018a, 113.
120. Göteborgs och Bohusläns turisttrafikförbund, 1966, 13.
121. Svenska institutet, 1967, 3; *The British national film catalogue*, vol. 6 1968, 127.
122. Waller, 2016, 40; Vonderau, 2016a, 12–13.
123. Elsaesser, 2009.
124. Zimmermann, 2016, 25.
125. Margareta Borg, *Skol-TV – Traditioner, visioner och former: En studie av skol-TV:s förutsättningar, framväxt och utveckling under 1960-talet* (Lund: Lunds universitet, 2006), 225.
126. Ibid. Se även: Ibid, 90.
127. Florin Persson & Stjernholm, 2019, 52–53.
128. Se exempelvis: Strömberg, 2005.
129. ”Vårt Göteborg”, *Vårt Göteborg*, nr 1 1965, 2.

## 6. Grus i maskineriet.

### Kommunal information och en Göteborgsfilm från 1973

1. Denna omvälvande och mytomspunna period i Göteborgs historia från mitten av 1960-talet och ett drygt decennium framåt skildras i Mikael Marcimains uppmärksammade tv-serie *Upp till kamp* från 2007. För en kritisk diskussion om serien och dess bruk av historiskt arkivmaterial se: Mats Jönsson, ”Marcimainstream? History in two contemporary Swedish TV-series”, *Film International*, vol. 6 nr 5 2008, 36–41.
2. Tobias Janson & Malin Wahlberg, *Tv-pionjärer och fria filmare: En bok om Lennart Ehrenborg* (Stockholm: Statens ljud- och bildarkiv 2008).
3. Malin Wahlberg, ”Inledning: Filmavdelningen – en historisk överblick”, *Tv-pionjärer och fria filmare: En bok om Lennart Ehrenborg*, red. Tobias Janson & Malin Wahlberg (Stockholm: Statens ljud- och bildarkiv, 2008a).
4. För en diskussion om processen som ledde fram till filmavtalet se: Per Vesterlund, ”Vägen till filmavtalet: Harry Scheins filmpolitiska aktivitet innan 1963”, *Nordisk kulturpolitisk tidskrift*, vol. 16 nr 1 2013, 45–67.
5. Uppdelning mellan fri kortfilm och beställningsfilm, görs till exempel i det andra av fyra delbetänkanden av den statliga utredning om den svenska filmbranschens ekonomiska förutsättningar som tillsattes 1968. Här behandlas framför allt den fria kortfilmen och offentligt stöd till produktionen av kortfilm, men gränserna mot beställningsfilmen är inte helt tydliga, se i synnerhet kapitel 7–10. SOU



1972:9, *Samhället och Filmen 2. Film- och tv-undervisning Kortfilm*, 61–83. För en diskussion om den konstnärliga kortfilmen i relation till 1950- och 1960-talens smalfilmskultur och verksamheten inom Filmavdelningen/Dokumentärfilmssektionen vid Radiotjänst se: Malin Wahlberg, ”Smalfilm för bred publik: Amatörfilm och filmexperiment i tidig svensk television”, *Tv-pionjärer och fria filmare: En bok om Lennart Ehrenborg*, red. Tobias Janson & Malin Wahlberg (Stockholm: Statens ljud- och bildarkiv, 2008b).

6. I delbetänkandet av filmutredningen från 1972 konstateras till exempel att produktionen av kortfilm för visning på biograf nästan helt försvunnit, något som både anges hänga samman med de allt längre spelfilmerna och ett därigenom minskat behov av utfyllnadsmaterial och att journalfilmen förlorat i betydelse i relation till tv-mediets nyhetssändningar. SOU 1972:9, 64.

7. Florin Persson & Stjernholm, 2019, 62–65.

8. *TM: Tekniskt meddelande*, nr 3 1973.

9. Lasse Swanberg, ”Filmindustrins tysta majoritet”, *TM: Tekniskt meddelande*, nr 3 1973, 3.

10. Swanberg, 1973, 3.

11. Gösta Larsson & Harry Schein, *Smalfilmsdistribution* (Stockholm: Utbildningsdepartementet, 1972). För en diskussion om utredningen, se: Per Vesterlund, ”Arkivvärde, programvärde, marknadsvärde”, *”Skosmörja eller arkivdokument?”: Om filmarkivet.se och den digitala filmhistorien*, red. Mats Jönsson & Pelle Snickars (Stockholm: Mediehistoriskt arkiv, 2012), 49–66.

12. Vesterlund, 2012, 62.

13. Norén, 2019.

14. Kåring Wagman, 2006, 46–49. Under slutet av 1960-talet publicerades också flera artiklar om kommunal information i *Kommunal tidskrift*, som *Svenska stadsförbundets tidskrift* 1969 bytte namn till. Se till exempel: Sten Mårtensson, ”Den kommunala informationen”, *Kommunal tidskrift*, nr 3 1968, 216–220; Krister Petersson, ”Riktig och riktad kommunal information”, *Kommunal tidskrift*, nr 9 1969, 794–797.

15. SOU 1972:52.

16. SOU 1972:52, 11.

17. Jan Ekecrantz, *Makten och informationen* (Lund: Studentlitteratur, 1975). Se särskilt kapitel 6 om kommunernas informationsarbete.

18. Kåring Wagman, 2006, 52.

19. Göteborgs stadsfullmäktiges handlingar, nr 331 1970, 2.

20. PM, Gunnar Bergsten, ”Göteborgs centrala informationsavdelnings verksamhet”, 24/3 1971, F1:127:G, SIA, RAG, 1.

21. PM, Gunnar Bergsten, 1971, 4.

22. PM, Gunnar Bergsten, 1971, 9.

23. I början av 1980-talet inrättades till exempel ”Samarbetsgruppen för videofrågor” inom Göteborgs kommun, där 15 olika kommunala förvaltningar, bolag och institutioner medverkade och vars arbete koordinerades av informationsavdelningen, se: PM, Göran Björkroth, Rolf Claesson, Pider Åvall, ”Video

i kommunal information och utbildning”, 12/10 1982, F1:101:E, SIA, RAG.

24. Förslaget är odaterat, men av sammanhanget går det med relativt stor säkerhet att se att det skrevs 1972. Brev från Walter Boberg, ”Förslag till filmsynopsis”, F1:84:F, SIA, RAG.

25. PM, Göteborgs stadskansli, informationsavdelningen, ”Informationsavdelningens rapport om verksamheten under första halvåret 1973”, 15/8 1973, F1:22, SIA, RAG, 3.

26. PM, Göteborgs stadskansli, informationsavdelningen, ”Grovplan för informationsverksamheten 1974”, 7/11 1973, F1:22, SIA, RAG, 5.

27. Odaterat dokument, ”Film om Göteborg”, F1:84:F, SIA, RAG.

28. 120 000 kronor i 1973 års penningvärde motsvarar drygt 820 000 kronor i 2020 års penningvärde.

29. ”Film om Göteborg”, odaterat.

30. PM, Göteborgs stadskansli, informationsavdelning, 1973, 5.

31. Filmmanus, ”Film Script Gothenburg by Mike Simon for Viafilm international”, F1:84:F, SIA, RAG, 5.

32. PM, Göteborgs stadskansli, informationsavdelningen, 1973, 5. Ett liknande val går att se under förarbetet till Jørgen Roos film *Jørgen Roos zeigt Hamburg* (1962), där den kommunala filmkommittén begärde att den speakerröst som fanns i Roos första manusförslag skulle strykas för att underlätta den internationella distributionen. Thomson, 2018b.

33. Den långa versionen av filmen finns bevarad i SFI:s och Kungliga bibliotekets samlingar och digitalt tillgänglig för forskning i SMDB och publikt via filmarkivet.se. På Regionarkivet i Göteborg finns flera kopior av filmen bevarade, inklusive åtminstone en kopia av den kortare versionen, benämnd som ”förkortad upplaga”. Filmkopia, 16mm, utan årtal, ”Göteborgs kommun, förkortade upplaga”, K2:4, GRPO, RAG.

34. ”Göteborg”, filmarkivet.se, <http://www.filmarkivet.se/movies/goteborg/>, (Senast kontrollerad 14/1 2021).

35. Nichols, 2017, 132–137.

36. Prelinger, 2006, ix.

37. Björkin, 2004, 250; Vesterlund, 2008, 195–200.

38. Wahlberg, 2008a, 21.

39. Nichols, 2017, 116–121.

40. Jacobs, Kinik & Hielscher, 2019, 18.

41. Jacobs, Kinik & Hielscher, 2019, 25; Snickars, 2001, 169.

42. För en bakgrund till uppsättningen av operorna Turandot och Aida i det nybyggda Scandinavium se: Folke Abenius, ”Mina Göteborgsår”, *Teatern i Kungsparken: Stora teatern 125 år*, red. Robert Lindahl (Göteborg: Göteborgs teater- och konsertaktiebolag, 1984), 181–186.

43. Zukin, 1995; Franzen, Hertting & Thörn, 2016.

44. Kåring Wagman, 2006, 218–221.

45. Ibid, 219.

46. Laura Mulvey, ”Visual pleasure and narrative cinema”, *Screen*, nr 3 1975, 6–18.

47. Se till exempel Mulveys egen reflektion kring den debatten hennes ursprungliga text gav upphov till: Laura Mulvey, "Afterthoughts on visual pleasure and narrative cinema inspired by King Vidor's *Duel in the sun* (1946)", *Framework*, 1981, 12–15. För en bredare diskussion om den feministiska filmforskningen och olika åskådarpositioner i relation till bland annat Mulveys text, se: Janet Bergstrom & Mary Ann Doane, "The female spectator: contexts and directions", *Camera Obscura*, nr 20–21 1989, 5–27.

48. Manusförslag, "Göteborg Gothenburg Gottembourg etc" F1:84:F, SIA, RAG, 1.

49. Brev från Gunnar Bergsten, 18/5 1973, F1:84:F, SIA, RAG.

50. Se Benjamins två essäer "Das Paris des Second Empire bei Baudelaire" och "Über einige Motive bei Baudelaire" som återfinns i engelsk översättning i samlingen *The writer of modern life*. Walter Benjamin, *The writer of modern life: Essays on Charles Baudelaire* (London: The Belknap Press of Harvard University Press, 2006). Se även: Walter Benjamin, *Passagearbetet: Paris, 1800-talets huvudstad*, Band 1 (Stockholm: Atlantis, 2015), 395–425. För en genomgång av flanörforskningen, se: Borg, 2011, 58–71.

51. För en översikt om olika positioner i denna debatt, se: Borg, 2011, 68–69.

52. Janet Wolff, "The invisible flâneuse: Women and the literature of modernity", *Theory, Culture & Society*, vol. 2 nr 3 1985, 37–46.

53. Anne Friedberg, *Window Shopping; Cinema and the postmodern* (Berkeley: University of California Press, 1993), 36–37.

54. Se Olsson, 1996, 347.

55. Harvey, 1989, 12–13.

56. Odaterat dokument, "Utlåning av Göteborgsfilmerna", F1:84:1, SIA, RAG.

57. Ibid.

58. För en diskussion om PA-rådets verksamhet under 1950- och 1960-talen se: Björkin, 2004, 251–257; Björkin, 2003, 124–130.

59. Bolaget finns med på en lista över företag som distribuerar "företagsfilm" i ett temanummer av tidskriften *Info* om film- och video. Här beskrivs företagets verksamhetsområde som: "Hyr ut/förmedlar rörlig film, stillfilm, videogram. Kontrollerar antalet visningar och antalet åskådare genom rapportkort som överlämnas till filmägaren vid säsongens slut." En avgift på 40 kronor per film betalades antingen av filmägaren eller den som hyrde filmerna. "Förteckning över företag, som distribuerar företagsfilm", *Info: Tidskrift för annonsörer, säljare och reklammän*, nr 1 1979, 52.

60. När det gäller utlåning från PA-rådet se: Brev och fakturor PA-rådet, F1:84:2 & 3, SIA, RAG. När det gäller utlåningen från Starfilm se, Fakturakopior Starfilm, F1:84:3, SIA, RAG; Rapportkort Starfilm, F1:84:8 & H, SIA, RAG.

61. Se kataloger från 1976, 1977–1978, 1981–1982, 1983–1985: Starfilm, samling av trycksaker, Vardagstryck, KB.

62. Omfattande men osorterat material kring inrättandet av informationscentralen och dess första verksamhetsår finns bevarat, Osorterat material, "Informationscentralen" F1:48, SIA, RAG.

63. I ett odaterat dokument över de filmer och bildband som fanns på informationscentralen listas 27 bildband, 17 filmer på 16mm och tre videofilmer. Bildbanden domineras av ämnen kring alkohol och narkotika. Där fanns också några bildband om Göteborgs historia, titlar som "Invandrarbarn berättar", "Trafikant på äldre dar" och "Kommunal konsumentverksamhet" och tre kopior av bildspelet "Göteborg, du vet" om kommunens politiska organisation. Bland filmerna på 16mm fanns utöver *Göteborg* spelfilmen *Boman på utställningen* från Göteborgsutställningen 1923 och två av de filmer som diskuterats i tidigare kapitel, *Staden vid Västerhavet* från 1946 och *Göteborg – Hjärtpunkt i Norden* från 1964, förtecknade. På listan finns också filmer från bland annat Göteborgs brandkår, Skridskoförbundet och Renhållningsverket. Se: Odaterat dokument, "Bildband och filmer som finns på Informationscentralen", F1:101:F, SIA, RAG.

64. Brev från Gunnar Bergsten, 2/7 1981, F1:84:4, SIA, RAG.

65. Brev från Agneta Grönvik, "Bristen på informationsfilm om Sverige", 28/10 1980, F1:84:1, SIA, RAG; Odaterat rapport, "Filmutlåning vid Sveriges ambassad i Helsingfors under budgetåret juli 1979–juni 1980", F1:84:1, SIA, RAG; Odaterat rapport, "Filmutlåning vid Sveriges ambassad i Helsingfors under budgetåret juli 1980–juni 1981", F1:84:CD, SIA, RAG.

66. Odaterat rapport, "Filmutlåning vid Sveriges ambassad i Helsingfors under budgetåret juli 1979–juni 1980".

67. Brev från Agneta Grönvik, "Informationsfilm om Göteborg: Ambassadens filmutlåning", 18/7 1984, F1:84:CD, SIA, RAG.

68. Svenska institutet, *Swedish short films* (Stockholm: Svenska institutet, 1976), 5.

69. Broschyr, "A film about Göteborg – one of the centres of Scandinavia", oförtecknat material, SIA, RAG.

70. Brev från Agneta Grönvik, "Informationsfilm om Göteborg", 1984.

71. De odaterade rapportkorten finns bevarade på Regionarkivet i Göteborg: Rapportkort Starfilm, F1:84:8 & H, SIA, RAG.

72. Vonderau, 2016a, 12–13.

73. Patrick Vonderau, "Kim Novak and Morgan Stairways: Thinking about the theory and history of the tie-in", *Films that sell: Moving pictures and advertising*, red. Bo Florin, Nico de Klerk & Patrick Vonderau (London: Palgrave, 2016b), 211–212.

74. Swanberg, 1973, 4.

75. Kåring Wagman, 2006, 52.

## 7. Mellan välfärd och entreprenörskap.

### Kommunal film- och videoproduktion i Göteborg under 1980-talet

1. För en diskussion om Göteborgs industriella och ekonomiska utveckling efter krisen på 1970-talet se: Olsson, 1996, 289–350.

2. Ibid, 311–314.

3. Här utgör New Yorks utveckling från mitten av 1970-talet, då staden var i det närmaste bankrutt, och framåt det mest emblematiske exemplet. Genom en entreprenöriell inriktad politik, med fokus på marknadsföring och en ny central roll för aktörer inom fastighetsbranschen, blev New York under 1980- och 1990-talen ett globalt centrum för finansindustrier, turism och kultur, ett typexempel på det sociologen Saskia Sassen har kallat en global stad. Miriam Greenberg, *Branding New York: How a city in crisis was sold to the world* (Routledge, New York, 2008); Saskia Sassen, *The global city: New York, London, Tokyo* (Princeton: Princeton University Press, 1991). I sin omfattande studie *The cinema of urban crisis* diskuterar Webb hur den ekonomiska och urbana krisen tog sig uttryck i ett antal uppmärksammade filmer inspelade i New York under 1970-talet. De lokala myndigheterna intog en proaktiv roll i att marknadsföra staden som en plats för filmproduktion. I kombination med enklare och mer mobil filmutrustning och förändringar inom den amerikanska filmbranschen spelades ett antal filmer in *on-location* i New Yorks slitna stadsmiljöer under 1970-talet. Webb visar också hur det går att se en diskursiv omvärdering av storstaden i dessa filmer. Om filmer som *Midnight Cowboy* (1969), *The French connection* (1971) och *Taxi driver* (1976) präglades av en anti-urban diskurs, är synen på storstaden som livsmiljö för en välbeställd medelklass mer framträdande i filmer som *Kramer mot Kramer* (1979), *Annie Hall* (1977) och *Manhattan* (1979). Webb, 2014, 75–125.

4. Granberg, 2004, 96–97; Agne Gustafsson, *Kommunal självstyrelse* (Stockholm: SNS förlag, 1996), 114.

5. Harvey, 1989; Hall & Hubbard, 1998.

6. Under åren kring 1980 och några år framåt publicerades flera rapporter och böcker om stadsutveckling och storstädernas framtid i Sverige, gällande såväl Göteborg som alla de tre svenska storstadsregionerna. I kontrast till efterkrigstidens planering med separata områden för bostäder, arbetsplatser och rekreation utanför den traditionella stadskärnan, lyftes här storstädernas centrala delar fram som oundgängliga kuggar i respektive regions utveckling. I rapporterna formulerades idéer om stadskärnans roll och funktion som kan ses som tidiga uttryck för en framväxande syn på stadens centrala delar som områden för konsumtion, nöjen och turism. Här är särskilt Åke E. Anderssons bok *Kreativitet: StorStadens framtid* av intresse för de diskussioner jag i kapitel 9 kommer att föra om den amerikanske statsvetaren Richard Floridas teorier om det han kallar ”den kreativa klassen” och det inflytande Floridas teorier hade på stadsutveckling och stadsmarknadsföring under det tidiga 2000-talet. Hans Fog & Ann Mari Westerlind, *Göteborg: Stadskärna – region – framväxt – framtid* (Stockholm: Statens råd för byggnadsforskning 1979); Statens råd för byggnadsforskning, *Storstädernas stadskärnor: dokumentation från ett seminarium om problem och forskningsbehov för cityplaneringen i storstadsregionerna* (Stockholm: Byggnadsforskningsrådets storstadsgrupp, 1983); Åke E. Andersson, *Kreativitet – StorStadens framtid: en bok om Stockholm*. (Stockholm: Prisma 1985).

7. Göteborgs kommunfullmäktiges handlingar, nr. 111 1980; Göteborgs kom-

munfullmäktiges handlingar, nr 253 1982; Göteborgs kommunfullmäktiges handlingar, nr. 209 1985.

8. Göteborgs kommunfullmäktiges handlingar, nr 111 1980, 1.

9. Lundbladh, 2009, 12.

10. Ibid, 13.

11. Göteborgs kommunfullmäktiges handlingar, nr. 209 1985, 2. Enligt Falckemärk fungerade Näringslivssekretariatet, grundat 1977, som en formaliserad plattform för samarbetet mellan politiken och ledande aktörer inom den privata sektorn. Gunnar Falkemärk, *Svensk trafikplanering: Verklighet och ideal* (Stockholm: Kommunikationsforskningsberedningen, 1999), 180–181.

12. För exempel på hur produktionen och distributionen av beställningsfilm och video diskuterades inom reklambranschen åren kring 1980 se: *Info: Tidskrift för annonsörer, säljare och reklammän*, nr 1 1979; *Tema Film & Video*, nr 1 1980.

13. SOU 1980:28, *Massmediekoncentration. Lagförslag och motiv*, 245.

14. Ibid, 246–247.

15. Ibid, 247.

16. Denna fördelning av ägandet, där Göteborgs kommun hade ett aktieinnehav på 40 procent, Göteborgsregionens kommunalförbund 20 procent och övriga delägare 10 procent var, fastställdes 1983. Under bolagets första år hade turistrådet inget innehav och fördelningen såg i stället ut som följer: Göteborgs kommun (30%), Kommunalförbundet (20%), Västsvenska handelskammaren (20%), Svenska Mässan (10%) och Göteborgs hamn (20%), se: Göteborgs kommunfullmäktiges handlingar, nr 371 1983, 1.

17. Göteborgs kommunfullmäktiges handlingar, nr 111 1980, 1.

18. PM till Västsvenska Handelskammaren, ”Film om och för Göteborg med omnejd”, 21/10 1980, F5:1:0, GRPO, RAG.

19. PM till Västsvenska Handelskammaren, 1980, 2.

20. PM, ”Projektbeskrivning: ’Gothenburg goes offshore’”, februari 1980, F5:1:6, GRPO, RAG.

21. Olsson, 311–312.

22. PM, ”Gothenburg goes offshore”, 15/11 1980, F5:1:1, GRPO, RAG.

23. PM, ”Projektbeskrivning: ’Gothenburg goes offshore’”, 1980, 1.

24. Enligt slutrapporten var följande företag och intressenter med och finansierade filmen: Stena Shipping AB, Volvo AB, Svenska Varv AB, Götaverken Arendal AB, Uddevallavarvet AB, Götaverken Modul AB, AB Svenska Fläktfabriken, Navire Cargo Gear, AB SKF, Albrechtson-Hasse AB, ASEA Marine, Nohab Diesel AB, ESAB AB, SWIAB Mek. Verkstad AB, Poseidon Industri AB, Göteborgs Dykeriteknik AB, Färg AB International, NORAB Nordiska Rostskydds AB, Swedyards Development Corp., Statens Skeppsprovvningsanstalt, Götaverken Cityvarvet, Nico International AB, Svenska Skumsläcknings AB, Mattssonföretagen, Svenska Mässan Stiftelse, Skandinaviska Enskilda Banken, Svenska Handelsbanken, Länsstyrelsen, SAS. Rapport, M. Eckstrand, ”Projektet ’GOTHENBURG GOES OFFSHORE’ – Slutrapport”, 15/9 1982, F1:1:”Föredragningslistor”, GRPO, RAG, 1.



25. Enligt slutrapporten för projektet visades filmen under 1981 och 1982 på eller i anslutning till mässor i Göteborg, Aberdeen, Moskva, Singapore, Peking, Houston och Stavanger. Rapport, M. Eckstrand, 1982, 1–3.

26. I den initiala projektbeskrivningen angavs budgeten till 500 000 kronor, men enligt slutrapporten uppgick projektets totalkostnad till 668 000 kronor. Av denna summa bidrog medverkande företag och intressenter med 580 000 kronor. Efter intäkter från försäljning av broschyrer och ett mindre annonsbidrag från Näringspolitiska delegationen gjorde projektet en förlust på 55 000 kronor. Se: PM, "Projektbeskrivning: 'Gothenburg goes offshore'", 1980; Ekonomisk redovisning, "Ekonomisk slutredovisning av projektet 'Gothenburg goes offshore'", 13/9 1982, bilaga till, Rapport, M Eckstrand, 1982.

27. Sveriges film- och videoproducenter, *Förteckning över medlemsföretag i SVIP: Sveriges film- och videoproducenters förening* (Dandery: SVIP, 1984), 3.

28. Årsredovisning Gothenburg Region Promotion Office, 1982, F3:1, GRPO, RAG, 4.

29. Olsson, 1996, 297–301.

30. I projektbeskrivningen anges följande 16 företag: Broströms Rederi AB, Stena Sessan Line AB, SJ, Göteborgs hamn, Per Kjellén & Co AB, Wilson & Co AB, Olson & Wright, ASG AB, Bilspedition AB, Volvo AB, Schenker Transport AB, Nordisk Transport & Spedition AB, SAS, KLM, SE-Banken, Atlet AB. PM, Birgitta Lövdahl, "Filmprojektet 'Göteborg som transportcentrum'", 23/9 1982, F5:2:9, GRPO, RAG. I slutet av den färdiga filmen listas ytterligare åtta sponsorer till filmen: Autotransit AB, Luftfartsverket (Board of Civil Aviation), Landvetter flygplats, Flygspedition AB, Gothenburg Stevedoring Co, Inter Scandinavian Air-fright AB, AB Nyman & Schultz, Skandia Insurance Co Ltd och Wilson Shipping AB.

31. PM, Birgitta Lövdahl, 1982.

32. Bolaget Admedia har jag inte hittat någon information om, men bolaget Intervideo, som också producerade den tredje filmproduktionen inom GRPO, finns listat i förteckningen över medlemsföretagen i Sveriges Film- och videoproducenters förening. Här anges att bolaget var verksamt i Partille, hade 17 anställda och producerade 100 filmer under 1983. Sveriges film och videoproducenter, 1984, 42. I eftertexterna till *Gothenburg – Gateway to Scandinavia* anges att Filmmedia AB var lokaliserat i "Gothenburg, Sweden" och enligt en förteckning över kortfilmsproducenter i tidskriften *Infos* specialnummer om beställningsfilm och video var bolaget verksamt i Mölnlycke, utanför Göteborg. Här anges också att bolaget grundades 1973 och var inriktat på: "Informations- och PR-film både för industri och dokumentärt med tonvikt på historia och naturskildringar". "Förteckning över företag, som distribuerar företagsfilm", 1979, 46.

33. PM, "Projektbeskrivning: 'Gothenburg goes offshore'", 1980, 1.

34. När det gäller *Gothenburg goes offshore* se exempelvis synpunkter från Götaverken Arendal: Brev från Elisabet Litsmark, Götaverken Arendal AB, "Gothenburg goes offshore", 22/4 1981, F5:1:6, GRPO, RAG. När det gäller *Gothenburg – Gateway to Scandinavia*, se synpunkter från Nordisk transport, Schenker, SJ och

Göteborgs hamn: Brev från Hans Gabrielsson, Nordisk transport och spedition AB, 8/12 1982, F5:2:4, GRPO, RAG; Brev från L. Ilander, Schenker transport AB, "Göteborg som transportcentrum", 21/1 1983, F5:2:7, GRPO RAG; Brev från H. Persson, SJ Göteborgs trafikdistrikt, "Göteborg som transportcentrum", 24/1 1983, F5:2:7, GRPO, RAG; Brev från Leif Carling, Göteborgs hamn, "Göteborg som transportcentrum", 21/1 1983, F5:2:7, GRPO, RAG.

35. Vonderau, 2016a, 4.

36. Zimmermann, 2011, 64–68.

37. Olsson, 1996, 311–312.

38. Odaterat brev från Göran Wallerius, F5:2, GRPO, RAG.

39. Omfattande men osorterat material kring projektet finns bevarat där det benämns med titeln "Göteborgsregionen – Sjal och Hjärta". Material kring filmproduktion, "Göteborgsregionen – själ och hjärta 1984–1985" F5:2, GRPO, RAG. I GRPO:s årsrapporter från 1985 och 1988 omnämns filmen dock under titeln *A west side story*. Årsredovisning Gothenburg Region Promotion Office, 1985, F3:1, GRPO, RAG; Årsredovisning Gothenburg Region Promotion Office, 1988, F3:1, GRPO, RAG

40. Odaterat brev från Göran Wallerius.

41. Odaterat brev från Göran Wallerius.

42. Elisabet Axås, "Göteborg ska säljas på video", i *Arbetet*, edition väst, 30/3 1985.

43. Se exempelvis: Odaterat brev från Göran Wallerius.

44. Axås, 1985.

45. Kontrakt, "Avtal om produktion av ett videoprogram", F1:101:E, SIA, RAG. Filmen finns tillgänglig på Youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=u09VJHAcFA>

46. Från de lokalt verksamma bolagen Frick film och Akut film inkom till exempel förslag till filmer om Göteborg. Brev från Frick film, "Om filmen", odaterat, F1:84:7, SIA, RSA; Brev från Rune Kullander, Akut Film-Video AB, "Göteborgsfilmen 1985", 30/4 1985, F1:84:7, SIA, RSA.

47. Brev från Peter Rhedin, Sandell-Film AB, "Varför ska de internationella framgångarna bara tillhöra Sveriges exportråd", 15/6 1981, F1:84:4, SIA, RAG.

48. Brev från Dag Bengtsson, Svensk Tonfilm, 26/6 1982, F1:84:8, SIA, RAG.

49. Brev från Dag Bengtsson, 1982.

50. Brev från Dag Bengtsson, 1982.

51. Följande intressenter var med och finansierade filmen: "Svenska B.P., Statensinstitut [Sic!] för läromedelsinformation, Göteborgs spårvägar, Väst-Svenska Handelskammaren, Götaverken-Cityvarvet, Volvo, Viktor [Sic!] Hasselblad, SAS, Götaverken-Arendal, Stena Sessan Line, Göteborgsposten [Sic!], Skand. Ensk. Banken, Hotell Rubin, Östra Nordstan, Familjebostäder, SKF och Transatlantic." Brev från Dag Bengtsson, 1982.

52. Filmen var också med i tävlan om Guldklappan i Sveriges public relations Film- och videofestival 1983, "Anmälan SPR:s Film- och videofestival 1983 –

Göteborg – Porten mot väster”. Dokumentet finns bevarat i anslutning till filmen i SMDB.

53. Brev från Dag Bengtsson, 1982. Siffran kan tentativt jämföras med de potentiella åskådarantal bolaget SF angav för sina olika typer av beställningsfilm under 1950- och 1960-talen. Den mellersta kategorin ”den traditionella turistfilmen”, som både distribuerades genom beställarens egen försorg, på smalfilmsmarknaden, och för visning som förfilm till utländska spelfilmer på biograf, beräknades kunna få cirka 450 000 åskådare, varav 350 000 på biograf och 100 000 på smalfilmsmarknaden. Stjernholm, 2018, 269. I jämförelse med dessa siffror bör uppskattningen om 900 000 åskådare för en film som framför allt skulle distribueras för visning i skolor och föreningar via två mindre bolag ses som väldigt optimistiska.

54. Interfilm, *Interfilm presenterar filmer om bl.a. Europas länder* (Stockholm: Interfilm, 1981), F1:84:CD, SIA, RAG, 6; Kataloger från Starfilm, Jubileumskatalog 1985 och 1989: Starfilm, samling av trycksaker, Vardagstryck, KB.

55. Rapportkort Starfilm, F1:84:8 & H; Rapportkort Starfilm, F1:130:CD.

56. Årsredovisning GRPO, 1982, 2.

57. Några stickprov i Kungliga bibliotekets samling av kataloger från AV-centraler visar att den till exempel finns listad i kataloger från AV-centralen, Göteborgs skolförvaltning, 1983–1985, AV/Media, Göteborgs förorters förbund, 1990 och 1991–1992, AV-centralen, Stockholms skolförvaltning, 1983–1984, Norrbottens läns AV-central, 1981–1983 och 1988–1990, och Örebro läns AV-central, 1985, 1986, 1988, 1992–1993 och 1993–1994. AV-centraler, kataloger och förteckningar, Vardagstryck, KB.

58. Filmen finns tillgänglig på filmarkivet.se: ”Stockholm – Nordens Venedig”, filmarkivet.se, <https://www.filmarkivet.se/movies/stockholm-nordens-venedig/>, (Senast kontrollerad 14/1 2021).

59. Martins Holmberg, 2006.

60. Brev från Agneta Grönvik, ”Göteborgsfilmen”, 13/1 1984, F1:84:A, SIA, RAG.

61. Rapportkort, Starfilm F1: 84:H, SIA, RAG; Rapportkort Starfilm, F1:130:CD, SIA, RAG

62. Florin Persson & Stjernholm, 2019, 52–53.

63. Brev från Peter Rhedin, 1981

64. Göteborgsregionens kommunalförbund, *Kom till Göteborg* (Göteborg: Tema Reklam Information AB, 1987), 8.

65. ”Visitors’ video: Göteborg = Gothenburg”, SMDB, <https://smdb.kb.se/catalog/search?q=visitor%27s+video&x=0&y=0>, (Senast kontrollerad 14/1 2021).

66. Göteborgs turistråd & Westway Sweden AB, årsberättelse 1990, F4:1 WSAB, RAG, 5.

67. Olsson, 1996, 318–325.

68. Göteborgs kommunfullmäktiges handlingar, nr 49 1988.

69. Göteborgs kommunfullmäktiges handlingar, nr 49 1988.

## 8. Vitsen med Göteborg

### Stadsfilm i evenemangsstaden 1991–2010

1. Johan Forsell, Kent Johansson & Lars Marmgren, ”Därför satsar vi på Göteborg”, *Vitsen med Göteborg*, nr 3 1991, 2.

2. Ofullständiga samlingar av tidningen finns bevarade både på KB i Stockholm och på Humanistiska biblioteket vid Göteborgs universitet.

3. Bolaget hette vid grundandet 1991 först Träffpunkt Göteborg AB, men bytte året efter namn till Göteborg & Co. ”Göteborg & Co:s nya organisation klar – ’Ska vi vända utvecklingen måste vi satsa’”, *Vitsen med Göteborg*, nr 4 1992, 4–5.

4. Franzén, Hertting & Thörn, 2016, 16–17.

5. ”Träffpunkt Göteborg – samlat grepp för att lyfta staden”, *Vitsen med Göteborg*, nr 3 1991, 3.

6. Ett visst material från Göteborg & Co fanns tidigare bevarat på Regionarkivet i Göteborg. 2015 gallrades materialet ut och numera finns ett omfattande material från Göteborg & Co, och till viss del från några av dess föregångare, bevarade i ett bergrum utanför Kumla. Det har dock varit svårt att utifrån arkivförteckningen utläsa om, och i så fall var, upplysningar kring de studerade filmerna finns inom ramen för detta material. Stefan Gadd, Göteborg & Co, ”SV: Film inom Göteborg & Co”, e-post till författaren 12/8 & 14/9 2020.

7. Göteborg & Co, ”Affärsplan och verksamhetsberättelser”, <https://goteborg-co.se/om-goteborgco/affarsplan/>, (Senast kontrollerad 14/1 2021).

8. Stefan Lundell, ”Nu är beställningsfilmen större än TV”, *Vision*, nr 3 1997, 4–5.

9. Lundell, 1997.

10. Staffan Teste, *Guldklappan 40 år: jubileumsskrift* (Stockholm: Sveriges informationsförening & Bildleverantörernas förening, 2003).

11. Göteborg & Co, *Verksamheten 1999* (Göteborg: Göteborg & Co, 2000), Vardagstryck, KB, 37.

12. Möllerström, 2011; Mukhtar-Landgren, 2012.

13. Se exempelvis Mukhtar-Landgren, 2012, 133–137; Ove Sernhede & Thomas Johansson, ”Postindustrialism, globala städer och migration”, *Storstadens omvandlingar: Postindustrialism, globalisering och migration*. Göteborg och Malmö, red. Sernhede & Johansson (Göteborg: Daidalos, 2006), 9–22; Ola Broms Wessel, Moa Tunström & Karin Bradley, *Bor vi i samma stad?: Om stadsutveckling, mångfald och rättvisa* (Stockholm: Pocky, 2005).

14. Mukhtar-Landgren, 2012, 135

15. Se exempelvis rapporten *Fattiga och rika – segregerad stad: Flyttningar och segregationens dynamik i Göteborg 1990–2006*, som gavs ut 2009 av stadskansliet och Social resursförvaltning i Göteborg. Liknande rapporter gavs även ut 2014 och 2017. Roger Andersson et al. *Fattiga och rika – segregerad stad: Flyttningar och segregationens dynamik i Göteborg 1990–2006*, (Göteborg: Göteborgs stad 2009), [https://goteborg.se/wps/wcm/connect/857b3540-1561-419b-b46a-bf4ae3ee1f87/OPA\\_Fattigarikasegregeradstad.pdf?MOD=AJPERES](https://goteborg.se/wps/wcm/connect/857b3540-1561-419b-b46a-bf4ae3ee1f87/OPA_Fattigarikasegregeradstad.pdf?MOD=AJPERES), (Senast kontrollerad 14/1 2021).

16. Mellan åren 1990 till 2006 ökade Göteborgs befolkning med 51 000 perso-

ner, som nästan uteslutande rör sig om personer med utländsk bakgrund: Andersson et al, 2009, 10.

17. Helena Holgersson, *Icke-medborgarskapets urbana geografi* (Göteborg: Glänta produktion, 2011), 69–82.

18. Se i synnerhet nr 2 1994, nr 2 1995 och nr 3 1995 av *Vitsen med Göteborg*.

19. Redan något år tidigare ska bolaget ha producerat en kort reklamfilm om staden för visning på TV3 och TV4. Detta lyfts fram i en artikel i *Vitsen med Göteborg* om en reklamkampanj inför sommaren 1993, som utöver filmen bland annat inkluderade annonser i Stockholms tunnelbana och i tidningar runt om i landet. Ytterligare detaljer kring filmens produktion har dock inte gått att fastslå och själva filmen har inte varit möjlig att lokalisera inom ramen för det här arbetet. Den förefaller inte heller ha varit karaktäristisk för användningen av audiovisuellt material inom Göteborg & Co under de följande åren, där filmerna vad det verkar aldrig var ämnade för visning på tv. ”Sommarkampanjen 1993”, *Vitsen med Göteborg*, nr 2 1993, 6–7.

20. ”500 miljoner bättre än väntat”, *Vitsen med Göteborg*, nr 3 1995, 4–5.

21. Filmen *Göteborg – The host of 5th IAAF world championships in athletics* (1994) producerades och distribuerades ursprungligen som videokassett och finns digitalt tillgänglig för forskning i SMDDB.

22. Zimmermann, 2009, 102–104.

23. Denna siffra, som inkluderade filmens olika versioner och en databas med audiovisuellt material till senare produktioner, nämns i en artikel i *Göteborgs-Posten* och bekräftas av Stefan Gadd, press- och informationschef inom Göteborg & Co. Marie Kennedy, ”Göteborg coolast – på film”, *Göteborgs-Posten*, 3/12 2010. <https://www.gp.se/ekonomi/goteborg-coolast-pa-film-1.1054733>, (Senast kontrollerad 14/1 2021); Stefan Gadd, Göteborg & Co, ”SV: Film inom Göteborg & Co”, 11/9 2020, e-post till författaren.

24. Om *Göteborg – The friendly city*, se: Göteborg & Co, *Operations in 1997* (Göteborg: Göteborg & Co 1998), Vardagstryck, KB, 26–27. Om *Göteborg – We love you*, där även bruket av den tidigare filmen diskuteras, se: ”Göteborg – We love you”, *Nyheter om Göteborg*, nr 2 2002, Vardagstryck, KB, 4; Om *go: Meet the world in Gothenburg*, se: Göteborg & Co, *go: Verksamheten 2010* (Göteborg: Göteborg & Co, 2011), <http://goteborgco.se/webadmin7.net/wp-content/uploads/2015/12/Verksamhetsberattelse-2010.pdf>, (Senast kontrollerad 14/1 2021), 36–37.

25. Intervju med Johan Öhrling, webb- och bildredaktör Göteborg & Co, 5/5 2014. Digital inspelning och transkribering i författarens ägo.

26. ”Göteborg – We love you”, 2002, 4.

27. Den långa versionen av filmen finns tillgänglig i SMDDB och den kortare finns upplagd av en privatperson på Youtube: ”Göteborg, We love you”, <https://www.youtube.com/watch?v=lHeD4iR8bu4>, (Senast kontrollerad 14/1 2021).

28. Intervju med Johan Öhrling, 2014.

29. *Göteborg – The friendly city* kom på andra plats i kategorin ”Företags eller organisationers verksamhet eller profil” i den svenska beställningsfilmstävlingen Guldklappan 1997. Teste, 2003, 56. *Göteborg – We love you* kom på andra plats i

Guldklappan 2004 och vann också priser på flera internationella tävlingar. ”Göteborgsfilm prisas i USA”, *Nyheter om Göteborg*, nr 3 2004, Vardagstryck, KB, 2; ”Guld igen till Göteborgsfilm” *Nyheter om Göteborg*, nr 3 2005, Vardagstryck, KB, 3. *Go: Meet the world in Gothenburg*, slutligen, hade enligt årsrapporten från 2011 totalt vunnit sex priser vid internationella tävlingar för beställningsfilm. Göteborg & Co, *go: Verksamheten 2011* (Göteborg: Göteborg & Co, 2012), <http://goteborgco.se/webadmin7.net/wp-content/uploads/2015/12/Verksamhetsberattelse-2011.pdf>, (Senast kontrollerad 14/1 2021), 30.

30. Thomas Kristiansson, ”Staden med ständig sommar”, *Göteborgs-Posten*, 24/3 1997.

31. Mats Wängersjö, ”Film i världsklass av Göteborg & Co”, *Göteborgs-Tidningen*, 14/6 2003.

32. Kennedy, 2010.

33. Gabriel Byström, ”Gabriel Byström: Bilden av Göteborg måste utmanas”, *Göteborgs-Posten* 6/12 2010, <https://www.gp.se/kultur/kultur/gabriel-bystrom-bilden-av-goteborg-maste-utmanas-1.1055228>, (Senast kontrollerad 14/1 2021).

34. Vonderau, 2016a, 4.

35. ”Göteborg – We love you”, 2002, 4.

36. Yvonne Zimmermann, ”Vom Lichtbild zum Film. Anmerkungen zue Entstehung des Industriefilm”, *montage AV: Zeitschrift für Theorie und Geschichte audiovisueller Kommunikation*, nr 1 2006, 84; Wickman, 2018, 166.

37. Björkin & Snickars, 2003, 272–274.

38. Florin Persson & Stjernholm, 2019, 57–59. Även Bengtsson pekar på liknande praktiker inom bolagets kortfilmsproduktion under 1930-talet, se not 21: Bengtsson, 2007, 156.

39. ”go: Meet the world in Gothenburg”, Göteborg & Co, <https://vimeo.com/17887231>, (Senast kontrollerad 14/1 2021).

40. Franzén, Hertting & Thörn, 2016, 115–116.

41. Göteborg & Co, *Verksamheten 2005* (Göteborg: Göteborg & Co, 2006), Vardagstryck, KB, 21.

42. Samuelsson, 2016, 12.

43. En liknande utveckling pekar Syssner på i sin tentativa jämförelse mellan två kommunalt initierade filmer om Norrköping från 1939 respektive 2005: Syssner, 2012, 85–86.

44. För en diskussion om hur Örebro och Norrköping redan under 1960-talet försökte skapa nya bilder av de egna städerna bortom de tidigare kopplingarna till skotillverknings respektive textilindustri se: Strömberg, 2005.

45. Franzén, Hertting & Thörn, 2016, 93–94, 126–129.

46. Harvey, 2011, 121.

47. Lefebvre, 1991.

48. Thomson, 2018a, 23.

49. Jonas Lindström, *Drömmen om den nya staden: Stadsförnyelse i det postsovjetiska Riga* (Lund: Arkiv förlag, 2012), 174–176.

50. Roberts, 2012, 165–170.



51. Franzén, Hertting & Thörn, 2013, 26. Kursivering i original.
52. Anders Dahlgren, *Second City Syndrome: En strategisk läsning av Göteborg*, Examensarbete för Master of Science in Architecture, Göteborg: Chalmers tekniska högskola 2010.
53. Göteborgskalaset anordnades första gången 1991. "Kalaset som ska sälja in sommargöteborg", *Vitsen med Göteborg*, nr 2 1991, 2.
54. Dahlgren, 2010, 40.
55. Ibid, 40–41
56. Ibid, 38.
57. Friedrich von Borries, *Who's afraid of Niketown: Nike urbanism, branding and the city of tomorrow* (Rotterdam: Episode publishers, 2004).
58. Franzén, Hertting & Thörn, 2016.
59. Göteborgs kommunfullmäktiges handlingar, nr 49 1988.
60. I affärsplanen för EM i friidrott 2006 lyfts att "Göra staden till arenan" fram som en av de centrala strategierna i ambitionen att utnyttja mästerskapet som en "kommunikationsplattform" för Göteborg, se: Business Region Göteborg, Göteborgs stad & Göteborg & Co, Affärsplanen för Göteborg i samband med EM i Friidrott 2006, (Göteborg: Göteborgs stad, Business Region Göteborg & Göteborg & Co 2006), Vardagstryck KB, 13. Uttrycket "Hela staden är arenan" används även i verksamhetsberättelsen för 2011: Göteborg & Co, 2012, 8–9.
61. Göteborg & Co., *Verksamhetsberättelse 2006* (Göteborg: Göteborg & Co, 2007), <http://goteborgco.se.webadmin7.net/wp-content/uploads/2015/12/Verksamhetsberättelse-2006.pdf>, (Senast kontrollerad 14/1 2021), 17–21. Om iscensättningen av det offentliga rummet under mästerskapet se även: Catharina Thörn, "Att fiska efter autenticitet", *Göteborg utforskat: Studier av en stad i förvandling*, red. Helena Holgersson et al. (Göteborg: Glänta produktion, 2010).
62. "Start för EM:s viktigaste kampanj", *Nyheter om Göteborg*, nr 3 2006, Vardagstryck, KB, 1; "Affischer på klassiskt tema", *Nyheter om Göteborg*, nr 4 2006, Vardagstryck, KB, 3. En liknande iscensättning av stadsrummet syns även i det faktum att fritidsfiskare hyrdes in av Göteborg & Co under mästerskapets avslutande maratonlopp för att inför tv-kamerorna låtsas fiska i en av kanalerna när löparna passerade. Bo Hansson, "Regisserad rundtur i stan", *Göteborgs-Posten* 13/8 2006.
63. Göteborg & Co, 2007, 37–38.
64. Se exempelvis: Göteborg & Co, 2007, 37; Göteborg & Co, 2008 (Göteborg: Göteborg & Co, 2009), <http://goteborgco.se.webadmin7.net/wp-content/uploads/2015/12/Verksamhetsberättelse-2008.pdf>, (Senast kontrollerad 14/1 2021), 40; Göteborg & Co, *Verksamhetsberättelse 2009* (Göteborg: Göteborg & Co, 2010), <http://goteborgco.se.webadmin7.net/wp-content/uploads/2015/12/Verksamhetsberättelse-2009.pdf>, (Senast kontrollerad 14/1 2021), 27–28.
65. Se framför allt: Franzén, Hertting & Thörn, 2016, 39–62.
66. Se till exempel rapporten "Var ska man sätta dem?" som gjordes 2008 på beställning av kulturförvaltningen i Göteborg och den kommunala samverkansgruppen Trygg, vacker stad. Göteborgs stad: *Var ska man sätta dem? Affischering i*

*en ren och vacker stad med blomstrande kulturliv* (Göteborg: Göteborgs stad, 2008), <http://www.tryggaremanskligare.goteborg.se/pdf/publikation/affischering.pdf>, (Senast kontrollerad 14/1 2021).

67. Franzén, Hertting & Thörn, 2016, 342–351.
68. Ibid, 157–163.
69. Göteborg & Co, 2010, 6–9.
70. Ibid, 5 & 42–43.
71. Franzén, Hertting & Thörn, 2016, 351–355.
72. Richard Florida, *Den kreativa klassens framväxt* (Göteborg: Daidalos, 2006).
73. Byström, 2010.
74. Ibid.
75. Ibid.
76. Ibid.

## 9. En gemensam bild av Göteborg.

### Hamnstadens återkomst och staden som varumärke 2010–2015

1. Göteborgs stad, stadsbyggnadskontoret, *Översiktsplan för Göteborg: Del 1 utgångspunkter och strategier*, antagen av kommunfullmäktige 26/2 2009, <https://goteborg.se/wps/wcm/connect/d1f790ad-263d-4a42-ad8f-8777f65a094c/Del1.pdf?MOD=AJPERES>, (Senast kontrollerad 14/1 2021), 71.
2. Göteborg & Co, 2011, 7
3. Miriam Greenberg, "Branding, crisis and utopia: Representing New York in the age of Bloomberg", *Blowing up the brand*, red. Melissa Aronczyk & Devon Powers (New York: Peter Lang Publishing, 2010), 115–143.
4. Eugene McCann, "Policy boosterism, policy mobilities, and the extrospective city", *Urban Geography*, vol. 34 nr 1 2013, 5–29.
5. Florida, 2006.
6. Se till exempel: Bo Öhrström, "Urban ekonomisk utveckling. Platsbaserade strategier i den postindustriella staden", *Storstadens omvandlingar: Postindustrialism, globalisering och migration. Göteborg och Malmö*, red. Ove Sernhede & Thomas Johansson (Göteborg: Daidalos, 2006), 41–85.
7. Göteborgs stad, "Vision Älvstaden", antagen av kommunfullmäktige 11/10 2012, [https://stadsutveckling.goteborg.se/siteassets/alla-bilder/vision\\_älvstaden\\_sv\\_web.pdf](https://stadsutveckling.goteborg.se/siteassets/alla-bilder/vision_älvstaden_sv_web.pdf), (Senast kontrollerad 14/1 2021). Om målet för antal boenden och arbetsplatser se sidan 10.
8. Boken kom i svensk översättning 2006 och samma år presenterade Florida sina idéer under ett välbesökt seminarium på Svenska Mässan i Göteborg. Lars Gunnar Wolmesjö, "Nästan halva Göteborg är en kreativ klass", i *Göteborgs-Posten*, 9/3 2006 <http://www.gp.se/ekonomi/nastan-halva-goteborg-ar-en-kreativ-klass-1.1202435>, (Senast kontrollerad 14/1 2021).
9. För att undersöka i vilken mån en viss stad erbjuder detta utvecklade Florida också olika typer av index där städer bland annat rankas utifrån sin koncentration av homosexuella (*Gay-index*) och av författare, konstnärer, musiker och andra

kulturarbetare (*Bohemian-index*). Floridas tes är att det går att se en korrelation mellan en stark gaykultur eller ett rikt alternativt kulturliv i en viss stad och koncentrationen av framgångsrika företag i den postindustriella ekonomin. Florida, 2006, 295–315.

10. Se exempelvis: Jamie Peck, ”Kreativitet som lösningen på allt”, *Fronesis*, nr 24 2007, 174–191.

11. Brenda Parker, ”Beyond the class act: Gender and race in the ’creative city’ discourse”, *Research in urban sociology*, vol. 9 2008, 207.

12. Richard Florida, *The new urban crisis: how our cities are increasing inequality, deepening segregation, and failing the middle class – and what we can do about it* (New York: Basic Books 2017).

13. Se till exempel: Andrew Dawson & Sean P Holmes red., *Working in the global film and television industries: Creativity, systems, space, patronage* (London: Bloomsbury Academic, 2012). Se i synnerhet Olof Hedlings kapitel om regionaliseringen av svensk filmproduktion från mitten av 1990-talet och framåt och produktionen av filmer baserade på Henning Mankell om Kurt Wallander som en ett led i utvecklandet av Ystads och Skånes kreativa näringar: Olof Hedling, ”Making films in Scandinavia: Work and production infrastructure in the contemporary regional sector”, *Working in the global film and television industries: Creativity, systems, space, patronage*, red. Andrew Dawson & Sean P Holmes (London: Bloomsbury Academic, 2012), 57–72. Se även: Olof Hedling, ”Murder, mystery and megabucks? Films and filmmaking as regional and local place promotion in southern Sweden”, *Regional aesthetics: Locating Swedish media*, red. Mats Jönsson, Erik Hedling & Olof Hedling, (Stockholm: Mediehistoriskt arkiv, 2010), 263–290.

14. Olof Hedling, ”A new deal in European film? Notes on the Swedish regional production turn”, *Film International*, vol. 6 nr 5 2008, 8–17; Olof Hedling, ”Sve- riges mest kända korvkiosk’: Om regionaliseringen av svensk film”, *Solskenslandet: Svensk film på 2000-talet*, red. Erik Hedling & Ann-Kristin Wallengren (Stockholm: Atlantis, 2006), 19–49.

15. Göteborgs stad, kommunstyrelsen, § 718 Förslag till handlingsplan för filmutveckling och rörlig bild i Västsverige, Protokoll nr 34, 13/11 2013, [https://www5.goteborg.se/prod/Intraservice/Namndhandlingar/NamndhandlingarArkiv/SamrumPortalArkiv.nsf/01530FCEC9950315C1257C38002B3655/\\$File/PR\\_20131113.pdf?OpenElement](https://www5.goteborg.se/prod/Intraservice/Namndhandlingar/NamndhandlingarArkiv/SamrumPortalArkiv.nsf/01530FCEC9950315C1257C38002B3655/$File/PR_20131113.pdf?OpenElement), (Senast kontrollerad 14/1 2021), 20. Beslutet om satsningen uppmärksammades även av *Göteborgs-Posten*: Henrik Kjellberg, ”Kommunen storsatsar på filmbranschen”, *Göteborgs-Posten*, 28/12 2013, <https://www.gp.se/ekonomi/kommunen-storsatsar-pa-filmbranschen-1.622619>, (Senast kontrollerad 14/1 2021).

16. Göteborgs stad, stadsledningskontoret, Förslag till handlingsplan för filmutveckling och rörlig bild i Västsverige, 4/10 2013, [https://www5.goteborg.se/prod/intraservice/namndhandlingar/namndhandlingararkiv/samrumportalarkiv.nsf/0/d361d-ce332dfb5dec1257c19003c04da/\\$file/2.2.11\\_20131113.pdf](https://www5.goteborg.se/prod/intraservice/namndhandlingar/namndhandlingararkiv/samrumportalarkiv.nsf/0/d361d-ce332dfb5dec1257c19003c04da/$file/2.2.11_20131113.pdf), (Senast kontrollerad 14/1 2021), 5.

17. Göteborgs stad, stadsledningskontoret, 2013, 8.

18. Sharon Zukin, *Lofi living: Culture and capital in urban change* (Baltimore: Johns Hopkins University Press, 1982); Sharon Zukin, ”Consuming authenticity: From outposts of difference to means of exclusion”, *Cultural Studies*, vol. 22 nr 5 2008, 724–748; Sharon Zukin, *Naken stad: Autentiska urbana platsers liv och förfall* (Göteborg: Daidalos, 2011).

19. Robert Willim, *Industrial cool: Om postindustriella fabriker* (Lund: Lunds universitet, 2008).

20. Helena Holgersson, ”The value of the uncool: Reflections on the demolition of an old re-used industrial area”, *Heritage, gentrification and resistance*, red. Feras Hammami, Daniel Jewesbury & ChiaraValli (New York: Berghahn books, kommande).

21. Göteborg & Co, *GO: Göteborg & Co Affärsplan 2012–2014 med sikte mot 2021* (Göteborg: Göteborg & Co, 2012) Vardagstryck, KB.

22. Göteborg & Co, *Affärsplan 2012–2014*, 2012, 7.

23. Göteborg & Co, *go: Verksamheten 2013* (Göteborg: Göteborg & Co, 2014), [http://goteborgco.se/wp-content/uploads/2018/10/KMÖV0015\\_verksamhetsberattelse2013\\_210x280\\_NY\\_Webb\\_140516\\_.pdf](http://goteborgco.se/wp-content/uploads/2018/10/KMÖV0015_verksamhetsberattelse2013_210x280_NY_Webb_140516_.pdf), (Senast kontrollerad 14/1 2021), 10–11.

24. Intervju med Anna Vieweg, kommunikationsavdelningen Göteborg & Co, 27/2 2014. Digital inspelning och transkribering i författarens ägo. Filmen *One voice* finns tillgänglig på Göteborg & Co:s sida på Vimeo. ”One Voice”, Göteborg & Co, <https://vimeo.com/142131482>, (Senast kontrollerad 14/1 2021).

25. Detta avsnitt bygger framför allt på intervjun med Johan Öhrling, webb-redaktör och ansvarig för rörlig bild inom Göteborg & Co. Intervju med Johan Öhrling, 2014. Se även: Göteborg & Co, 2014, 10.

26. Göteborg & Co, 2014, 10.

27. Manovich, 2001, 136.

28. Göteborg & Co, ”Jubileumssatsning Go to sea”, <https://www.goteborg2021.com/jubileumsprojekt/go-to-sea/>, (Senast kontrollerad 14/1 2021).

29. ”go: to Sea”, Göteborg & Co, <https://vimeo.com/84770385>, (Senast kontrollerad 14/1 2021).

30. ”go: Feel the breeze”, Göteborg & Co, <https://vimeo.com/89516983>, (Senast kontrollerad 14/1 2021).

31. Intervju med Johan Öhrling, 2014.

32. Zukin, 2011, 75–78.

33. Göteborg & Co, *go: Verksamhetsberättelse 2015* (Göteborg: Göteborg & Co Träffpunkt AB & Göteborg & Co Kommunintressent AB, 2016), [http://goteborgco.se/wp-content/uploads/2018/10/GBGCO\\_VB2015\\_webb\\_NY.pdf](http://goteborgco.se/wp-content/uploads/2018/10/GBGCO_VB2015_webb_NY.pdf), (Senast kontrollerad 14/1 2021), 32–33.

34. ”This is Gothenburg”, <https://www.youtube.com/watch?v=VBeXqEwShuY>, (Senast kontrollerad 14/1 2021).

35. Peck, 2007, 184.

36. Harvey, 2011, 124.

37. Göteborgs stad, Kommunstyrelsen, § 212 *Kommunikationsstrategi för staden*:

*huvudbudskap för stadens kommunikation*, protokoll 10, 26/3 2014, [https://www5.goteborg.se/prod/intraservice/namndhandlingar/namndhandlingararkiv/samrumportalarkiv.nsf/0/79f29580951f159dc1257cca0045ad7c/\\$file/pr\\_20140326.pdf](https://www5.goteborg.se/prod/intraservice/namndhandlingar/namndhandlingararkiv/samrumportalarkiv.nsf/0/79f29580951f159dc1257cca0045ad7c/$file/pr_20140326.pdf) (Senast kontrollerad 14/1 2021), 18.

38. Göteborgs stad, Kommunstyrelsen, § 249 *Stadsdirektörens anmälningar – Visning av stadens film*, protokoll 10, 22/4 2015, [https://www5.goteborg.se/prod/intraservice/namndhandlingar/namndhandlingararkiv/samrumportalarkiv.nsf/0/c12581b5003f5a73c1257e4d0058\\_b6b2/\\$file/protokoll\\_20150422.pdf](https://www5.goteborg.se/prod/intraservice/namndhandlingar/namndhandlingararkiv/samrumportalarkiv.nsf/0/c12581b5003f5a73c1257e4d0058_b6b2/$file/protokoll_20150422.pdf), (Senast kontrollerad 14/1 2021), 36; Carin Smederöd, ”Göteborg presenteras i ny film”, *Vårt Göteborg*, 1/6-2015, <https://vartgoteborg.se/ovrigt/goteborg-presenteras-i-ny-film/>, (Senast kontrollerad 14/1 2021).

39. Göteborgs stad, stadsledningskontoret, *Projektdirektiv för framställandet av en kommunövergripande kommunikationsstrategi för Göteborgs Stad*, 8/10 2012, 2. Kopia i författarens ägo.

40. Göteborgs stad, Maria Norberg, ”Projektrapport för framställande av en kommunövergripande kommunikationsstrategi för Göteborgs stad”, diarienummer 1323/12, 30/6 2013, 7. Kopia i författarens ägo.

41. Ibid, 7.

42. Maria Norberg, *Bilaga 1. Omvärldsanalys*, Göteborgs stad/Maria Norberg, ”Projektrapport för framställande av en kommunövergripande kommunikationsstrategi för Göteborgs stad”, Diarienummer 1323/12, 30/6 2013, 1. Kopia i författarens ägo.

43. Ibid, 2.

44. Ibid, 3.

45. Ibid, 6.

46. Ibid, 6.

47. Greenberg, 2010.

48. Göteborgs stad, *Göteborgs stads kommunikationsstrategi*, fastställd av kommunstyrelsen 26/3 2014, 4. Kopia i författarens ägo.

49. Ida Andersson, ”’Green cities’ going greener? Local environmental policy-making and place branding in the ’Greenest city in Europe’”, *European Planning Studies*, vol. 24 nr 6 2016, 1197–1215.

50. Stefan Anderberg & Eric Clark, ”Green and sustainable Øresund region: Eco-branding Copenhagen and Malmö”, *Urban sustainability: A global perspective*, red. Igor Vojnovic (Michigan: Michigan State University Press, 2013), 591–610.

51. Norberg, 2013, 9.

52. Göteborgs stad, *Göteborgs stads kommunikationsstrategi*, 2014, 8.

53. Det följande bygger framför allt på intervjun med Maria Norberg, kommunikationsavdelningen stadsledningskontoret, 1/2 2016. Digital inspelning och transkribering i författarens ägo.

54. Smederöd, 2015.

55. ”Filmen om Göteborg”, Valentin Experience, <https://www.valentinexperience.se/case/filmen-om-goteborg>, (Senast kontrollerad 14/1 2021).

56. Smederöd, 2015.

57. David Harvey, *The condition of postmodernity* (Oxford: Blackwell, 1990), 272.

58. Pia Majbritt Jensen & Anne Marit Waade, ”Nordic noir production values: The Killing and The bridge”, *Akademisk kvarter*, nr 7 2013, 188–201.

59. Under 2014 rapporterades det att det nederländska företaget Damen Shiprepair group, som tagit över den sista delen av Götaverkens verksamhet, lade ner sin verksamhet i Göteborg och att företagets två stora flytdockor och hamnkranar skulle läggas ut till försäljning. Jan Höglund, ”Varvsepok går i graven – ’kom som en chock’”, *Göteborgs-Posten*, 24/4 2014, <https://www.gp.se/nyheter/goteborg/varvsepok-gar-i-graven-kom-som-en-chock-1.468343>, (Senast kontrollerad 14/1 2021); Ylva Carlsson, ”Götaverkens inventarier går under klubban”, *Göteborgs-Posten*, 9/12 2014, <https://www.gp.se/ekonomi/gotaverkens-inventarier-gar-under-klubban-1.267066>, (Senast kontrollerad 14/1 2021).

60. Roberts, 2012, 7–9.

61. Mukhtar-Landgren, 2012.

62. Ibid, 96.

63. Caroline Karlsson, ”Se filmen där Göteborg växer”, *Göteborgs-Posten*, 5/3 2016, <https://www.gp.se/nyheter/goteborg/se-filmen-dar-goteborg-vaxer-1.3180>, (Senast kontrollerad 14/1 2021).

64. Se till exempel: ”Ny informationsfilm om kommunen”, Staffanstorps kommun, <https://staffanstorp.se/2019/11/12/ny-informationsfilm-om-kommunen/>, (Senast kontrollerad 14/1 2021); Hanna Grosshög, ”Stark kritik mot Staffanstorps nya reklamfilm”, *Dagens Nyheter*, 19/11 2019, <https://www.dn.se/nyheter/sverige/stark-kritik-mot-staffanstorps-nya-reklamfilm/>, (Senast kontrollerad 14/1 2021).

## 10. Beställningsfilm, kommunal stadsfilm och bilden av Göteborg 1938–2015

1. Furhammar, 1982a, 8.

2. Elsaesser, 2009, 23; Vonderau, 2016a, 4.

3. Andersson, Sundholm & Söderbergh Widding, 2012.

4. Catherine Cormon, ”The challenge of archiving commercials”, *Films that sell: Moving pictures and advertising*, red. Bo Florin, Nico de Klerk & Patrick Vonderau (London: Palgrave, 2016), 275–282.

5. Stigsdotter, 2012; Snickars, 2015.

6. Se exempelvis: Bengtsson, 2007, 143; Zimmermann, 2011, 61–62.

7. Detta i linje med den tredelade periodisering som Nilsson och Gullberg föreslagit när det gäller den kommunala politikens utveckling i Stockholm under efterkrigstiden, även om brytpunkten mellan denna övergångsperiod och den marknadsinriktade perioden förefaller ha infallit något tidigare i Stockholm än i Göteborg. Nilsson & Gullberg, 2013, 8–9.

8. Franzén, Hertting & Thörn, 2016, 69–70.

9. Bengtsson, 2007.

10. För en diskussion om filmsamlingarna från varven Eriksberg och Götaverken vid Göteborgs stadsmuseum se: Erik Florin Persson ”Useful cinema och den



flyktiga filmhistorien: Reflektioner kring en inventering av filmsamlingarna vid Göteborgs stadsmuseum”, *Filmens Göteborg: Spår, erfarenheter och resultat från ett samverkande forskningsprojekt*, red. Karl-Magnus Johansson (Riksarkivet: Göteborg, kommande/2021).

## Kommunala stadsfilmer i Göteborg 1938–2015

Belopp inom hakparentes är avrundade summor i 2020 års penningvärde.

### **Staden vid Göta älv (1938)**

Beställare: Göteborgs och Bohusläns turisttrafikförening

Finansiering: Göteborgs stad (3 000 kr) [92 000 kr], samt mindre bidrag från Liseberg och från järnvägsbolag med koppling till Göteborg och Västsverige

Regi & manus: Per G. Holmgren

Foto: Sven Thermænius

Speaker: Rolf Engström

Produktionsbolag: Svensk Talfilm

Distribution 35mm: Svensk Talfilms distributionsbyrå

Distribution 16mm: Svensk Kulturfilm, Scandinavian Talking Pictures (USA)

Biografvisning: Förfilm till *Två år i varje klass* (1938), premiär 14/2 1938\* samt del av kortfilmsprogram

Längd: 17 min (enligt censurkort)

Originalspråk: Svenska

Version för utländsk distribution: ”Staden vid Gota älv (The City of Gothenburg)” (USA)

Censurnummer: 57071

Arkiv: SFI (15:30 min) och SMDDB (12 min)

Tillgänglig via: [filmarkivet.se](http://filmarkivet.se) (15:30 min)

\* *Två år i varje klass* hade premiär 24/1 1938, men hade andra förfilmer under de första veckorna

**Sveriges port mot väster (1946)**

Beställare: Göteborgs stad  
 Finansiering: Göteborgs stad (35 000 kr, inklusive *Staden vid Västerhavet*) [750 000 kr]  
 Regi & manus: Niklas Skoglund  
 Foto: Caj Nilsson  
 Speaker: Gösta Skoglund  
 Produktionsbolag: Filmö  
 Distribution 35mm & 16mm: Filmö  
 Originalspråk: Svenska  
 Versioner: se *Staden vid Västerhavet*  
 Längd: 36 min  
 Censurnummer: 70210  
 Arkiv: SFI och SMDB  
 Tillgänglig via: filmarkivet.se

**Staden vid Västerhavet (1946)**

Beställare: Göteborgs stad (som del av *Sveriges port mot väster*)  
 Finansiering: Göteborgs stad (35 000 kr, inklusive *Sveriges port mot väster*) [750 000 kr]  
 Regi: Niklas Skoglund  
 Produktionsbolag: Filmö  
 Distribution 35mm: AB Terrafilm och Filmö  
 Distribution 16mm: Filmö  
 Biografvisning: Förfilm till *När ängarna blommar* (1946), premiär 11/11 1946  
 Originalspråk: Svenska  
 Versioner på andra språk: *Sweden's gate to the west: A documentary film of Gothenburg* (engelska), *Gothembourg: Porte océane de la Suède* (franska)  
 Längd: 14 min  
 Censurnummer: 70715  
 Arkiv: Göteborgs stadsmuseum (Skadad kopia, 12 min, med svenskt ljudspår), SFI (Negativ, med engelskt ljudspår)

**Den gyllene porten (1957)**

Beställare: Göteborgs och Bohusläns turisttrafikförening  
 Finansiering: Göteborgs stad (31 520 kr) [430 000 kr], samt bidrag från andra aktörer för framställande av nya kopior

Regi & foto: Håkan Cronstioe  
 Produktionsbolag: Svensk Tonfilm  
 Distribution 16mm: Göteborgs och Bohusläns turisttrafikförening, SJ:s filmavdelning, Svensk Kulturfilm, Föreningsfilmo  
 Längd: 22 min  
 Längd kort version: 13 min  
 Originalspråk: Svenska  
 Språkversioner: *Das goldene Tor: Ein Besuch in Göteborg* (tyska), franska, engelska, amerikanska och esperanto  
 Censurnummer: 91058  
 Arkiv: Regionarkivet, Göteborg, (svensk kopia, 22 min, samt tysk kopia, 13 min).  
 Tillgänglig via: filmarkivet.se (22 min)

**Göteborg – Hjärtpunkt i Norden (1964)**

Beställare: Göteborgs stad  
 Finansiering: Göteborgs stad (115 000 kr) [1 250 000 kr], samt bidrag från andra aktörer för framställande av nya kopior  
 Regi: Håkan Bergström  
 Manus: Gösta Andrén (lång version), Gunvald Håkanson (kort version)  
 Foto: Andrej Gavrjusjov  
 Speaker: Åke Falck  
 Produktionsbolag: Filmkontakt  
 Distribution 35mm: Svensk Filmindustri (SF)  
 Distribution 16mm: SF, Starfilm, Föreningsfilmo, Svensk Kulturfilm, SJ:s filmavdelning, AV-centraler, Svenska institutet  
 Biografvisning (lång version): Förfilm till *Leoparden* (1962), premiär 31/3 1964  
 Biografvisning (kort version): Förfilm till *Äktenskapsbrottaren* (1964), premiär 16/12 1964  
 Längd: 18 min  
 Längd kort version: 14:30 min  
 Originalspråk: Svenska  
 Versioner på andra språk: *Gothenburg – Heart of Scandinavia* (engelska), franska, tyska, finska  
 Censurnummer: 1001849  
 Arkiv: SFI (kort version), SMDB (lång version), och Regionarkivet, Göteborg (lång och kort version, samt ljudspår på olika språk)  
 Tillgänglig via: filmarkivet.se (14:30 min)

**Göteborg (1973)**

Beställare: Stadskansliets informationsavdelning, Göteborgs kommun  
 Finansiering: Bidrag från Väst kustens turisttrafikförbund, industriföretag, hotell, rederier, detaljhandelsföretag och företagareföreningar, samt mindre del från Stadskansliets informationsavdelning (totalt 120 000 kr) [820 000 kr]  
 Manus: Mike Simon  
 Foto: Johnny Schwerin  
 Produktionsbolag: Viafilm  
 Distribution 16mm: Stadskansliets informationsavdelning, Starfilm, Personaladministrativa rådet, Svenska institutet  
 Språk: Utan tal  
 Längd: 23 min  
 Längd kort version: 17 min  
 Arkiv: Regionarkivet, Göteborg (23 & 17 min), SFI (23 min) och SMDB (23 min)  
 Tillgänglig via: filmarkivet.se

**Gothenburg goes offshore (1981)**

Beställare: Gothenburg Region Promotion Office  
 Finansiering: Bidrag från ett trettiotal företag och intressenter inom varvs- och industrisektorn i Göteborgsområdet (totalt 580 000 kr) [1 800 000 kr]  
 Produktionsbolag: Admedia och Intervideo  
 Distribution: GRPO  
 Format & visning: 16mm för visning på offshore-mässor, videokopior till medverkande företag  
 Originalspråk: Engelska  
 Längd: 13 min  
 Arkiv: Regionarkivet, Göteborg

**Göteborg – Porten mot väster (1982)**

Beställning: Stadskansliets informationsavdelning, Göteborgs kommun  
 Finansiärer: Ett tjugotal företag, intresseorganisationer och kommunala bolag i Göteborgsområdet, summa ej känd  
 Regi: Dag Bengtsson  
 Produktionsbolag: Svensk Tonfilm  
 Distribution: Stadskansliets informationsavdelning, Starfilm, Interfilm

Originalspråk: Svenska  
 Versioner på andra språk: *Gothenburg – Gateway to the west* (engelska)  
 Längd: 18 min  
 Arkiv: Regionarkivet, Göteborg (engelsk version), SMDB (svensk version)

**Gothenburg – Gateway to Scandinavia (1983)**

Beställare: Gothenburg Region Promotion Office  
 Finansiering: Bidrag à 23 000 kr [60 000 kr] från ett tjugotal företag och intressenter inom transportbranschen i Göteborgsområdet  
 Produktionsbolag: Filmmedia Produktions AB  
 Distribution: GRPO  
 Format & visning: 16mm för visning på mässor för transportbranschen, videokassett till medverkande företag  
 Originalspråk: Engelska  
 Längd: 20 min  
 Arkiv: Regionarkivet, Göteborg

**A west side story (1985)**

Beställare: Gothenburg Region Promotion Office  
 Finansiering: Bidrag à 10 000 kr [22 500 kr] från ett tjugotal företag och intressenter inom industri-, transport- och detaljhandelssektorn  
 Produktionsbolag: Intervideo  
 Språk: Utan tal  
 Format: Broadcast Video U-matic (produktion) och VHS-kassett till medverkande företag  
 Längd: Ej gått att fastställa. 12–14 min enligt arkivhandlingar  
 Arkiv: Ej gått att lokalisera

**Göteborg – The friendly city (1997)**

Beställare: Göteborg & Co  
 Finansiering: Göteborg & Co, ej känd summa  
 Regi: Jan-Olof Fritze  
 Produktionsbolag: Big5  
 Distribution: Göteborg & Co  
 Originalspråk: Engelska  
 Längd: 9 min  
 Alternativa versioner: Ett flertal skraddarsydda versioner för specifika evenemang och kampanjer  
 Arkiv: SMDB



**Göteborg – We love you (2003)**

Beställare: Göteborg & Co  
 Finansiering: Göteborg & Co, ej känd summa  
 Regi: Jan-Olof Fritze  
 Produktionsbolag: Big5  
 Distribution: Göteborg & Co  
 Originalspråk: Engelska  
 Längd: 13 min  
 Längd kort version: 6:30 min, samt skraddarsydda versioner för olika evenemang och kampanjer  
 Arkiv: SMDB (13 min)

**go: Meet the world in Gothenburg (2010)**

Beställare: Göteborg & Co  
 Finansiering: Göteborg & Co (Ca 1 miljon kr, inklusive databas med audiovisuellt material)  
 Regi: Jan-Olof Fritze  
 Produktionsbolag: Big 5  
 Distribution: Göteborg & Co  
 Originalspråk: Engelska  
 Längd: 11:30 min  
 Längd korta versioner: 8 och 4 min, samt skraddarsydda versioner för olika evenemang och kampanjer  
 Tillgänglig via: Göteborg & Co:s och Jan-Olof Fritzes kanaler på Vimeo

**One voice (2013)**

Beställare: Göteborg & Co  
 Finansiering: Göteborg & Co  
 Regi: Ej angivet  
 Produktion: Internt producerad inom Göteborg & Co  
 Distribution: Göteborg & Co  
 Originalspråk: Svenska  
 Längd: 3 min  
 Tillgänglig via: Göteborg & Co:s Vimeo-kanal

**Hållbar stad öppen för världen (2015)**

Beställare: Stadsledningskontoret, Göteborgs stad  
 Finansiering: Stadsledningskontoret, Göteborgs stad (553 000 kr)  
 Produktionsbolag: Valentin & Byhr  
 Regi: Erik Eger  
 Distribution: Göteborgs stad  
 Originalspråk: Svenska  
 Versioner på andra språk: *Sustainable city open to the world* (engelska)  
 Längd: 4 min  
 Längd kort version: 1:30 min  
 Tillgänglig via: Göteborgs stads hemsida och Youtube-kanal

## Förkortningar

AMF	Armé-, Marin- och Flygfilm
GBTTF	Göteborgs och Bohusläns turisttrafikförening
GHM	Göteborgs historiska museum
GKF	Göteborgs kommun, kommunfullmäktige
GKS	Göteborgs kommun, kommunstyrelsen
GRPO	Gothenburg Region Promotion Office
GSM	Göteborgs stadsmuseum
KB	Kungliga biblioteket
RAA	Riksarkivet, Arninge
RAG	Regionarkivet, Göteborg
RLG	Riksarkivet (Tidigare Riksarkivet-Landsarkivet), Göteborg
SF	Svensk Filmindustri
SFI	Svenska Filminstitutet
SI	Svenska institutet
SIA	Stadskansliets informationsavdelning
SIS	Statens informationsstyrelse
SJ	Statens järnvägar
SMDB	Svensk mediedatabas
VKTRF	Västkustens turistråd, Förbundet
WSAB	Westway Sweden AB

## Källor och litteratur

### Otryckt material

#### Otryckt arkivmaterial

##### *Göteborgs stadsmuseum (GSM)*

Ämnesarkivet, Biografilm/förteckningar

Brev från Lars-Olof Lööf till Svenska Filminstitutet, "Ang. Nitratfilm", 25/8 1992.

##### *Regionarkivet, Göteborg (RAG)*

Gothenburg Region Promotion Office (GRPO)

Brev från Elisabet Litsmark, Götaverken Arendal AB, "Gothenburg goes offshore", 22/4 1981, F5:1:6.

Brev från Hans Gabrielsson, Nordisk transport och spedition AB, 8/12 1982, F5:2:4.

Brev från H. Persson, SJ Göteborgs trafikdistrikt, "Göteborg som transportcentrum", 24/1 1983, F5:2:7.

Brev från Leif Carling, Göteborgs hamn, "Göteborg som transportcentrum", 21/1 1983, F5:2:7, GRPO, RAG.

Brev från L. Ilander, Schenker transport AB, "Göteborg som transportcentrum", 21/1 1983, F5:2:7.

Ekonomisk redovisning, "Ekonomisk slutredovisning av projektet 'Gothenburg goes offshore'", 13/9 1982, bilaga till, rapport, M. Eckstrand, "Projektet 'GOTHENBURG GOES OFFSHORE' - Slutrapport" 15/9 1982, F1:1: "Föredragningslistor".

Filmkopia 16mm, "Göteborgs kommun, förkortade upplaga", utan årtal, K2:4. Material kring filmproduktion, "Göteborgsregionen - själ och hjärta 1984-1985", F5:2.

Odaterat brev från Göran Wallerius, F5:2.

PM, Birgitta Lövdahl, "Filmprojektet 'Göteborg som transportcentrum'", 23/9 1982, F5:2:9.

PM, "Gothenburg goes offshore", 15/11 1980, F5:1:1

- PM, "Projektbeskrivning: 'Gothenburg goes offshore', februari 1980, F5:1:6
- PM till Västsvenska Handelskammaren, "Film om och för Göteborg med omnejd", 21/10 1980, F5:1:0.
- Rapport, M. Eckstrand, "Projektet 'GOTHENBURG GOES OFFSHORE' – Slutrapport" 15/9 1982, F1:1:"Föredragningslistor".
- Årsredovisning, Gothenburg Region Promotion Office, 1982, F3:1.
- Årsredovisning, Gothenburg Region Promotion Office, 1985, F3:1.
- Årsredovisning, Gothenburg Region Promotion Office, 1988, F3:1.
- Göteborgs kommun, kommunfullmäktige, 1836–2006 (GKF)
- Brev från Bengt U. Hasselblad till Sune Svärd, 16/4 1953, F2:2:9.
- PM, "Göteborg, porten mot väster", Göteborgs och Bohusläns turisträffsförening, odaterat, F2:2 9.
- Stadens film- och reklamverksamhet, F2:2:9.
- Göteborgs kommun, kommunstyrelsen 1914–2009 (GKS)
- Informations- och reklamberedningen, protokoll och inläggande handlingar 1956–1959, F1:21.
- Protokoll Göteborgs stadskollegium, 16/9 1953, A1:27.
- Protokoll Göteborgs stadskollegium, 11/1 1956, A1:32.
- Protokoll Göteborgs stadskollegium, 23/5 1956, A1:33.
- Protokoll Stadskollegiets informations- och reklamberedning, 14/6 1956, F1:21.
- Skrivelse från Alf Hermansson & Åke Norling, "PM angående skrivelse från Svenska AB Nordisk Tonfilm med förslag om att framställa film om Göteborg i anslutning till stadsfullmäktiges 100-årsjubileum", 7/12 1961, Dnr 726/61, Bilaga Y till protokoll Göteborgs stadskollegium 13/12 1961 §990, A1:49.
- Skrivelse från Alf Hermansson & Åke Norling, "Till stadskollegiet", 21/11 1962, Dnr 546/62, Bilaga R till protokoll Göteborgs stadskollegium 28/11 1962 §1039, A1:53, GKS, RSG.
- Stadskansliets informationsavdelning (SIA)
- Brev från Agneta Grönvik, "Bristen på informationsfilm om Sverige", 28/10 1980, F1:84:1.
- Brev från Agneta Grönvik, "Göteborgsfilmen", 13/1 1984, F1:84:A, SIA, RAG.
- Brev från Agneta Grönvik, "Informationsfilm om Göteborg: Ambassadens filmutlåning", 18/7 1984, F1:84:CD.
- Brev från Dag Bengtsson, Svensk Tonfilm, 26/6 1982, F1:84:8.
- Brev från Frick film, "Om filmen", odaterat, F1:84:7.
- Brev från Gunnar Bergsten, 18/5 1973, F1:84:F.
- Brev från Gunnar Bergsten, 2/7 1981, F1:84:4.
- Brev från Peter Rhedin, Sandell-Film AB, "Varför ska de internationella framgångarna bara tillhöra Sveriges exportråd", 15/6 1981, F1:84:4.
- Brev från Rune Kullander, Akut Film-Video AB, "Göteborgsfilmen 1985", 30/4 1985, F1:84:7.
- Brev från Walter Boberg, "Förslag till filmsynopsis", F1:84:F.
- Brev och fakturor från PA-rådet, F1:84:2–3.
- Broschyr, "A film about Göteborg – one of the centres of Scandinavia", oförtecknat material.
- Fakturakopior, Starfilm, F1:84:3.
- Filmmanus, "Film Script Gothenburg by Mike Simon for Viafilm international", F1:84:F.
- Kontrakt, "Avtal om produktion av ett videoprogram", F1:101:E.
- Manusförslag, "Göteborg Gothenburg Gottembourg etc" F1:84:F.
- Odaterat dokument, "Bildband och filmer som finns på Informationscentralen", F1:101:F.
- Odaterat dokument, "Film om Göteborg", F1:84:F.
- Odaterat dokument, "Utlåning av Göteborgsfilmen", F1:84:1.
- Odaterat rapport, "Filmutlåning vid Sveriges ambassad i Helsingfors under budgetåret juli 1979–juni 1980", F1:84:1
- Odaterat rapport, "Filmutlåning vid Sveriges ambassad i Helsingfors under budgetåret juli 1980–juni 1981", F1:84:CD.
- Osorterat material, "Informationscentralen" F1:48.
- PM, Gunnar Bergsten, "Göteborgs centrala informationsavdelnings verksamhet", 24/3 1971, F1:127:G.
- PM, Göran Björkroth, Rolf Claesson, Pider Åvall, "Video i kommunal information och utbildning", 12/10 1982, F1:101:E.
- PM, Göteborgs stadskansli, informationsavdelningen, "Informationsavdelningens rapport om verksamheten under första halvåret 1973", 15/8 1973, F1:22.
- PM, Göteborgs stadskansli, informationsavdelningen, "Grovplan för informationsverksamheten 1974", 7/11 1973, F1:22.
- Rapportkort Starfilm, F1:84:8 & H.
- Rapportkort Starfilm, F1:130:CD.
- Västkustens turistråd, Förbundet 1935–1982 (VKTRF)
- Brev från Arne Nilsson, AB Filmkontakt, till Gunvald Håkansson, Göteborgs och Bohusläns turisträffsförening, "Broder!", 27/1 1965, E1:1:M.
- Filmkopia, 16 mm, "SJ:s filmarkiv kopia nr 625-613, Das Goldene Tor", utan årtal, K6:C:1.
- Filmkopia, 16 mm, "Den gyllene porten", utan årtal, K6C:3.
- Filmkopior och ljudspår, "Göteborg, hjärtpunkt i Norden, lång version", K6:A.
- Filmkopior och ljudspår, "Göteborg, hjärtpunkt i Norden, kortversion, turistversionen", K6:B.
- Göteborgs och Bohusläns turisträffsförbund, turistbyrå AU-protokoll 23/11 1964, § 6, A1:1.
- Sammanställning kostnader och distribution, "Filmen 'Göteborg – Den gyllene porten'", Sune Svärd, 28/5 1957, A1:1:F.



## Westway Sweden AB (WSAB)

Göteborgs turistråd & Westway Sweden AB, årsberättelse 1990, F4:1.

## Riksarkivet, Arninge, (RAA)

Statens järnvägar (SJ) med föregångare, Förvaltningsarkiven 1855–2000

Brev från Åke Magnusson till Sune Swärd, "Göteborgsfilmen", 24/1 1957, Dnr. 70078, 021 E, E1:5.

Brev från Åke Magnusson till Göteborgs och Bohusläns turisttrafikförening, "Ang. SJ-distributionen av Göteborgsfilmen 'Den gyllene porten' 1958", 16/1 1960, Dnr. 70078, 021 E, E1:5.

## Statens biografbyrås arkiv

Censurkort nr 57071, "Staden vid Göta älv", D1, A:38.

Censurkort nr 99589, "Göteborg – En stad i förvandling", D1, A:71.

## Riksarkivet (Tidigare Riksarkivet-Landsarkivet), Göteborg, (RLG)

Göteborg och Bohusläns turisttrafikförenings arkiv (GBTTF)

Brev från A. Gabrielsson, Aktiebolaget Volvo, till Nils Elander, 7/7 1937, IVc:1, "handl. ang. div. propagandafilmer 1937–1945".

Brev från Aktiebolaget Svenska Kullagerfabriken till Nils Elander, 16/7 1937, IVc:1, "handl. ang. div. propagandafilmer 1937–1945".

Brev från Carl Gustaf Johnson till Nils Elander, 11/5 1937, IVc:1, "handl. ang. div. propagandafilmer 1937–1945".

Brev från Gösta Parment till Nils Elander, 5/6 1937, IVc:1, "handl. ang. div. propagandafilmer 1937–1945".

Brev från Göteborgs och Bohusläns turisttrafikförening till advokat Fred. Holmgren, 4/8 1938, IVc:1, "handl. ang. div. propagandafilmer 1937–1945".

Brev från Kungliga Järnvägsstyrelsen till Göteborgs och Bohusläns turisttrafikförening, 12/7 1937, IVc:1, "handl. ang. div. propagandafilmer 1937–1945".

Brev från Per G. Holmgren till Nils Elander, 14/5 1937, IVc:1, "handl. ang. div. propagandafilmer 1937–1945".

Brev från Per G. Holmgren till styrelsen för Göteborgs och Bohusläns turisttrafikförening, "Ang. filmen 'Staden vid Göta älv'", 8/4 1938, IVc:1, "handl. ang. div. propagandafilmer 1937–1945".

Brev från Rederiaktiebolaget Svenska Lloyd till Nils Elander, 6/7 1937, IVc:1, "handl. ang. div. propagandafilmer 1937–1945".

Ekonomisk sammanställning, "Uppgift över genom Göteborgs och Bohusläns Turisttrafikförening influerna bidrag och gjorda utbetalningar till den av herr Per G. Holmgren sommaren 1937 tagna propagandafilmen över Göteborg", 11/2 1938, IVc:1, "handl. ang. div. propagandafilmer 1937–1945".

Göteborgs och Bohusläns turisttrafikförening, Årsberättelse 1937, I:5.

Kontrakt mellan Göteborgs och Bohusläns turisttrafikförening och Per G. Holmgren, "Filmkontrakt", 19/5 1937, IVc:1, "handl. ang. div. propagandafilmer 1937–1945".

Manusförslag av Per G. Holmgren och Sven Åhman, "Förslag till film över Göteborg", IVc:1, "handl. ang. div. propagandafilmer 1937–1945".

Synopsis, Uno Åhrén, "En Göteborgsfilm. En syntes av Göteborgs liv och arbete.", 26/5 1937, IVc:1, "handl. ang. div. propagandafilmer 1937–1945".

## Cinag AB, privat samling i Mischa Gavrjusjovs ägo

Oförtecknat material, "Göteborg"

Brev från Andrej Gavrjusjov till Göteborgs stadskansli, "Betr. Film om Göteborg", 15/9 1962.

Brev från Bo Carlsund till Åke Norling, Göteborgs stadskollegium, "Betr. Möjligheterna att locka industrier och andra företag till Göteborg med hjälp av en film", 22/3 1962.

Manuskast Gösta Andrén och Andrej Gavrjusjov, "'Porten mot världen' (Arbetsnamn), Synopsis II", Göteborg april 1963.

## Otryckta kommunala handlingar

Göteborgs stad, stadsledningskontoret, *Projektdirektiv för framställandet av en kommunövergripande kommunikationsstrategi för Göteborgs Stad*, 8/10 2012. Kopia i författarens ägo.

Göteborgs stad, *Göteborgs stads kommunikationsstrategi*, fastställd av kommunstyrelsen 26/3 2014. Kopia i författarens ägo.

Göteborgs stad/Maria Norberg, "Projektrapport för framställande av en kommunövergripande kommunikationsstrategi för Göteborgs stad", Diarienummer 1323/12, 30/6 2013. Kopia i författarens ägo.

Maria Norberg, *Bilaga 1. Omvärldsanalys*, Göteborgs stad/Maria Norberg, "Projektrapport för framställande av en kommunövergripande kommunikationsstrategi för Göteborgs stad", Diarienummer 1323/12, 30/6 2013. Kopia i författarens ägo.

## Otryckta akademiska arbeten

Dahlgren, Anders, *Second City Syndrome: En strategisk läsning av Göteborg*, Examensarbete för Master of Science in Architecture, Göteborg: Chalmers tekniska högskola 2010.

Samuelsson, Johan, "Stadens berättelse(r): film, narration, plats", paper presenterat vid Cultural Studies in Sweden: The First National Research Conference. AC-SIS. Linköping 13–15/6 2005.

Samuelsson, Johan, "'The Making of a City': A community's past as history and heritage", paper presenterat vid International Conference on Urban History, Helsingfors, Finland, 24–27/8 2016.

## Digitalt material

- ”Den gyllene porten”, filmarkivet.se, <https://www.filmarkivet.se/movies/den-gyllene-porten/>, (Senast kontrollerad 14/1 2021).
- ”Filmen om Göteborg”, Valentin Experience, <https://www.valentinexperience.se/case/filmen-om-goteborg/>, (Senast kontrollerad 14/1 2021).
- ”go: Feel the breeze”, Göteborg & Co, <https://vimeo.com/89516983>, (Senast kontrollerad 14/1 2021).
- ”go: Meet the world in Gothenburg”, Göteborg & Co, <https://vimeo.com/17887231>, (Senast kontrollerad 14/1 2021).
- ”go: to sea”, Göteborg & Co, <https://vimeo.com/84770385>, (Senast kontrollerad 14/1 2021).
- ”Göteborg”, filmarkivet.se, <http://www.filmarkivet.se/movies/goteborg/>, (Senast kontrollerad 14/1 2021).
- ”Göteborg – En stad i förvandling”, Svensk filmdatabas, <http://www.svenskfilmdatabas.se/sv/item/?type=film&itemid=30888>, (Senast kontrollerad 14/1 2021).
- ”Göteborg – Hjärtpunkt i Norden”, filmarkivet.se, <https://www.filmarkivet.se/movies/goteborg-hjartpunkt-i-norden/>, (Senast kontrollerad 14/1 2021).
- ”Göteborg – Hjärtpunkten [sic!] i Norden”, Svensk mediedatabas, <https://smdb.kb.se/catalog/search?q=hjartpunkten&x=0&y=0>, (Senast kontrollerad 14/1 2021).
- ”Göteborg, We love you”, <https://www.youtube.com/watch?v=IHeD4iR8bu4>, (Senast kontrollerad 14/1 2021).
- ”Jubileumssatsning Go to sea”, Göteborg & Co, <https://www.goteborg2021.com/jubileumsprojekt/go-to-sea/>, (Senast kontrollerad 14/1 2021).
- ”Människor i stad”, Svensk filmdatabas, <http://www.svenskfilmdatabas.se/sv/Item/?type=film&itemid=13724#titles>, (Senast kontrollerad 14/1 2021).
- ”Ny informationsfilm om kommunen”, Staffanstorps kommun, <https://staffanstorp.se/2019/11/12/ny-informationsfilm-om-kommunen/>, (Senast kontrollerad 14/1 2021).
- ”One Voice”, Göteborg & Co, <https://vimeo.com/142131482>, (Senast kontrollerad 14/1 2021).
- ”Staden vid Göta älv”, filmarkivet.se, <https://www.filmarkivet.se/movies/staden-vid-gota-alm/>, (Senast kontrollerad 14/1 2021).
- ”Staden vid Göta älv”, Svensk filmdatabas, <http://www.svenskfilmdatabas.se/sv/item/?type=film&itemid=57483>, (Senast kontrollerad 14/1 2021).
- ”Stadens film”, Göteborgs stad, [https://goteborg.se/wps/portal/start/kommun-o-politik/hallbar-stad--oppen-for-varlden/stadens-film!/ut/p/z1/04\\_Sj9CPykssy0xPLMnMz0vMAfIjo8ziQwoNAi2cDBoNLCzdDQwczcxN-PYNdggwMXA31wwkpiAJKG-AAjgb6BbmhigDBmK6r/dz/d5/L2dBISEvZ0F-BIS9nQSEh/](https://goteborg.se/wps/portal/start/kommun-o-politik/hallbar-stad--oppen-for-varlden/stadens-film!/ut/p/z1/04_Sj9CPykssy0xPLMnMz0vMAfIjo8ziQwoNAi2cDBoNLCzdDQwczcxN-PYNdggwMXA31wwkpiAJKG-AAjgb6BbmhigDBmK6r/dz/d5/L2dBISEvZ0F-BIS9nQSEh/), (Senast kontrollerad 14/1 2021).
- ”Stad vid färdeväg”, filmarkivet.se, <https://www.filmarkivet.se/movies/stad-vid-fardevag/>, (Senast kontrollerad 14/1 2021).
- ”Stockholm – Nordens Venedig”, filmarkivet.se, <https://www.filmarkivet.se/movies/stockholm-nordens-venedig/>, (Senast kontrollerad 14/1 2021).
- ”Svensk Tonfilm”, Svensk filmdatabas, <http://www.svenskfilmdatabas.se/sv/item/?type=company&itemid=508070>, (Senast kontrollerad 14/1 2021).
- ”This is Gothenburg”, <https://www.youtube.com/watch?v=VBeXqEwShuY>, (Senast kontrollerad 14/1 2021).
- ”Ute blåser sommarvind”, filmarkivet.se, <https://www.filmarkivet.se/movies/ute-blaser-sommarvind/>, (Senast kontrollerad 14/1 2021).
- ”Visitors’ video: Göteborg = Gothenburg”, SMDb, <https://smdb.kb.se/catalog/search?q=visitor%27s+video&x=0&y=0>, (Senast kontrollerad 14/1 2021).
- Andersson, Roger et al. *Fattiga och rika – segregerad stad: Flyttningar och segregationens dynamik i Göteborg 1990–2006*, (Göteborgs stad 2009), [https://goteborg.se/wps/wcm/connect/857b3540-1561-419b-b46a-bf4ae3ee1f87/OPA\\_Fattigarikasegregeradstad.pdf?MOD=AJPERES](https://goteborg.se/wps/wcm/connect/857b3540-1561-419b-b46a-bf4ae3ee1f87/OPA_Fattigarikasegregeradstad.pdf?MOD=AJPERES), (Senast kontrollerad 14/1 2021).
- Byström, Garbriel, ”Gabriel Byström: Bilden av Göteborg måste utmanas”, *Göteborgs-Posten* 6/12 2010, <https://www.gp.se/kultur/kultur/gabriel-bystrom-bilden-av-goteborg-maste-utmanas-1.1055228>, (Senast kontrollerad 14/1 2021).
- Carlsson, Ylva, ”Götaverkens inventarier går under klubban”, *Göteborgs-Posten*, 9/12 2014, <https://www.gp.se/ekonomi/gotaverkens-inventarier-gar-under-klubban-1.267066>, (Senast kontrollerad 14/1 2021).
- Cook, Dorothy E., *Educational Film Guide 1960 Annual Supplement*, (New York: H. W. Wilson Company, 1960), Media History Digital Library, [https://lantern.mediahist.org/catalog/59supeducationalfilm0owilsrich\\_0474](https://lantern.mediahist.org/catalog/59supeducationalfilm0owilsrich_0474), (Senast kontrollerad 14/1 2021).
- Grosshög, Hanna, ”Stark kritik mot Staffanstorps nya reklamfilm”, *Dagens Nyheter*, 19/11 2019, <https://www.dn.se/nyheter/sverige/stark-kritik-mot-staffanstorps-nya-reklamfilm/>, (Senast kontrollerad 14/1 2021).
- Göteborg & Co, 2008, (Göteborg: Göteborg & Co 2009), <http://goteborgco.se/webadmin7.net/wp-content/uploads/2015/12/Verksamhetsberattelse-2008.pdf>, (Senast kontrollerad 14/1 2021).
- Göteborg & Co, ”Affärsplan och verksamhetsberättelser”, <https://goteborgco.se/om-goteborgco/affarsplan/>, (Senast kontrollerad 14/1 2021).
- Göteborg & Co, *go: Verksamheten* 2010, (Göteborg: Göteborg & Co 2011), <http://goteborgco.se/webadmin7.net/wp-content/uploads/2015/12/Verksamhetsberattelse-2010.pdf>, (Senast kontrollerad 14/1 2021).
- Göteborg & Co, *go: Verksamheten* 2011, (Göteborg: Göteborg & Co 2012), <http://goteborgco.se/webadmin7.net/wp-content/uploads/2015/12/Verksamhetsberattelse-2011.pdf>, (Senast kontrollerad 14/1 2021).
- Göteborg & Co, *go: Verksamheten* 2013 (Göteborg: Göteborg & Co 2014), [http://goteborgco.se/wp-content/uploads/2018/10/KMÖV0015\\_verksamhetsberattelse2013\\_210x280\\_NY\\_Webb\\_140516\\_.pdf](http://goteborgco.se/wp-content/uploads/2018/10/KMÖV0015_verksamhetsberattelse2013_210x280_NY_Webb_140516_.pdf), (Senast kontrollerad 14/1 2021).
- Göteborg & Co, *go: Verksamhetsberättelse 2015*, (Göteborg: Göteborg & Co Träffpunkt AB och Göteborg & Co Kommunintressent AB 2016), [http://goteborgco.se/wp-content/uploads/2018/10/GBGCO\\_VB2015\\_webb\\_NY.pdf](http://goteborgco.se/wp-content/uploads/2018/10/GBGCO_VB2015_webb_NY.pdf), (Senast kontrollerad 14/1 2021).
- Göteborg & Co, *Verksamhetsberättelse 2006* (Göteborg: Göteborg & Co 2007),

- <http://goteborgco.se.webadmin7.net/wp-content/uploads/2015/12/Verksamhetsberättelse-2006.pdf>, (Senast kontrollerad 14/1 2021).
- Göteborg & Co, *Verksamhetsberättelse 2009* (Göteborg: Göteborg & Co 2010), <http://goteborgco.se.webadmin7.net/wp-content/uploads/2015/12/Verksamhetsberättelse-2009.pdf>, (Senast kontrollerad 14/1 2021).
- Göteborgs stad, *Var ska man sätta dem? Affischering i en ren och vacker stad med blomstrande kulturliv*, Göteborg: Göteborgs stad 2008), <http://www.tryggaremanskligare.goteborg.se/pdf/publikation/affischering.pdf>, (Senast kontrollerad 14/1 2021).
- Göteborgs stad, ”Vision Älvstaden”, antagen av kommunfullmäktige 11/10 2012, [https://stadsutveckling.goteborg.se/siteassets/alla-bilder/vision\\_alvstaden\\_sv\\_web.pdf](https://stadsutveckling.goteborg.se/siteassets/alla-bilder/vision_alvstaden_sv_web.pdf), (Senast kontrollerad 14/1 2021).
- Göteborgs stad, kommunstyrelsen, § 718 *Förslag till handlingsplan för filmutveckling och rörlig bild i Västsverige*, Protokoll nr 34, 13/11 2013, [https://www5.goteborg.se/prod/Intraservice/Namndhandlingar/NamndhandlingarArkiv/SamrumPortalArkiv.nsf/01530FCEC9950315C1257C38002B3655/\\$File/PR\\_20131113.pdf?OpenElement](https://www5.goteborg.se/prod/Intraservice/Namndhandlingar/NamndhandlingarArkiv/SamrumPortalArkiv.nsf/01530FCEC9950315C1257C38002B3655/$File/PR_20131113.pdf?OpenElement), (Senast kontrollerad 14/1 2021).
- Göteborgs stad, Kommunstyrelsen, § 212 *Kommunikationsstrategi för staden: huvudbudskap för stadens kommunikation*, protokoll 10, 26/3 2014, [https://www5.goteborg.se/prod/intraservice/namndhandlingar/namndhandlingararkiv/samrumportalarkiv.nsf/0/79f29580951f159dc1257cca0045ad7c/\\$file/pr\\_20140326.pdf](https://www5.goteborg.se/prod/intraservice/namndhandlingar/namndhandlingararkiv/samrumportalarkiv.nsf/0/79f29580951f159dc1257cca0045ad7c/$file/pr_20140326.pdf), (Senast kontrollerad 14/1 2021).
- Göteborgs stad, Kommunstyrelsen, § 249 *Stadsdirektörens anmälningar - Visning av stadens film*, protokoll 10, 22/4 2015, [https://www5.goteborg.se/prod/intraservice/namndhandlingar/namndhandlingararkiv/samrumportalarkiv.nsf/0/c12581b5003f5a73c1257e4d0058b6b2/\\$file/protokoll\\_20150422.pdf](https://www5.goteborg.se/prod/intraservice/namndhandlingar/namndhandlingararkiv/samrumportalarkiv.nsf/0/c12581b5003f5a73c1257e4d0058b6b2/$file/protokoll_20150422.pdf), (Senast kontrollerad 14/1 2021).
- Göteborg stad, Stadsbyggnadskontoret, *Översiktsplan för Göteborg: Del 1 utgångspunkter och strategier*, antagen av kommunfullmäktige 26/2 2009, <https://goteborg.se/wps/wcm/connect/d1f790ad-263d-4a42-ad8f-8777f65a094c/Del1.pdf?MOD=AJPERES>, (Senast kontrollerad 14/1 2021).
- Göteborgs stad, stadsledningskontoret, *Förslag till handlingsplan för filmutveckling och rörlig bild i Västsverige*, 4/10 2013, [https://www5.goteborg.se/prod/intraservice/namndhandlingar/namndhandlingararkiv/samrumportalarkiv.nsf/0/d361dce332dfb5dec1257c19003c04da/\\$file/2.2.11\\_20131113.pdf](https://www5.goteborg.se/prod/intraservice/namndhandlingar/namndhandlingararkiv/samrumportalarkiv.nsf/0/d361dce332dfb5dec1257c19003c04da/$file/2.2.11_20131113.pdf), (Senast kontrollerad 14/1 2021).
- Heyman, Eva, ”Tio år kvar till jättefesten”, *Göteborgs-Posten*, 24/5 2011, <https://www.gp.se/nyheter/goteborg/tio-ar-kvar-till-jattefesten-1.821937>, (Senast kontrollerad 14/1 2021).
- Hjörne, Peter, ”Peter Hjörne: Kan 2021 komma i närheten av 1923?”, *Göteborgs-Posten*, 4/3 2018, <https://www.gp.se/ledare/hjorne-kan-2021-komma-i-narheten-av-1923-1.5256986>, (Senast kontrollerad 14/1 2021).
- Höglund, Jan, ”Varvsepok går i graven – ’kom som en chock’”, *Göteborgs-Posten*, 24/4 2014, <https://www.gp.se/nyheter/goteborg/varvsepok-gar-i-graven-kom-som-en-chock-1.468343>, (Senast kontrollerad 14/1 2021).
- Karlsson, Caroline, ”Se filmen där Göteborg växer”, *Göteborgs-Posten*, 5/3 2016, <https://www.gp.se/nyheter/goteborg/se-filmen-dar-goteborg-vaxer-1.3180>, (Senast kontrollerad 14/1 2021).
- Kennedy, Marie, ”Göteborg coolast – på film”, *Göteborgs-Posten*, 3/12 2010, <https://www.gp.se/ekonomi/goteborg-coolast-pa-film-1.1054733>, (Senast kontrollerad 14/1 2021).
- Kessler, Frank, ”Notes on *dispositif*”, opublicerat utkast 2007, <http://www.frankkessler.nl/wp-content/uploads/2010/05/Dispositif-Notes.pdf>, (Senast kontrollerad 01/4 2020).
- Kjellberg, Henrik, ”Kommunen storsatsar på filmbranschen”, *Göteborgs-Posten*, 28/12 2013, <https://www.gp.se/ekonomi/kommunen-storsatsar-pa-filmbranschen-1.622619>, (Senast kontrollerad 14/1 2021).
- Koskinen, Maaret & Ingrid Stigsdotter, ”Real and reel Stockholm: Representations of Stockholm in i-media-cities and current issues in archival film access”, *Kosmorama*, nr 272, 2018, <https://www.kosmorama.org/real-and-reel>, (Senast kontrollerad 14/1 2021).
- Koskinen, Maaret & Ingrid Stigsdotter, *Approaches to urban representations on film: A research overview*, i-media-cities, 2018, [https://static1.squarespace.com/static/5cc6c4794d546e43af0166f9/t/5cd5521ceb393148815edf99/1557484061659/Research+overview\\_Stigsdotter+Koskinen.pdf](https://static1.squarespace.com/static/5cc6c4794d546e43af0166f9/t/5cd5521ceb393148815edf99/1557484061659/Research+overview_Stigsdotter+Koskinen.pdf), (Senast kontrollerad 14/1 2021).
- National Board of review magazine*, vol. XV nr. 5 1940, Media History Digital Library, [https://lantern.mediahist.org/catalog/nationalboardofr1415nati\\_0007](https://lantern.mediahist.org/catalog/nationalboardofr1415nati_0007), (Senast kontrollerad 14/1 2021).
- Smederöd, Carin, ”Göteborg presenteras i ny film”, *Vårt Göteborg*, 1/6 2015, <https://vartgoteborg.se/ovrigt/goteborg-presenteras-i-ny-film/>, (Senast kontrollerad 14/1 2021).
- Thomson, C. Claire, ”Walking in Copenhagen, Hamburg and Oslo: Planned and Lived Space in Jørgen Roos’ Early-60’s City Symphonies”, *Kosmorama*, nr 272, 2018b, <https://www.kosmorama.org/walking-copenhagen-hamburg-oslo>, (Senast kontrollerad 14/1 2021).
- Wolmesjö, Lars Gunnar, ”Nästan halva Göteborg är en kreativ klass”, i *Göteborgs-Posten*, 9/3 2006 <http://www.gp.se/ekonomi/nastan-halva-goteborg-ar-en-kreativ-klass-1.1202435>, (Senast kontrollerad 14/1 2021).

## Intervjuer och personlig korrespondens

- Ericson, Johan, Svenska Filminstitutet, ”SV: Förfrågan om innehav i Filmarkivet”, e-post till författaren, 19/5 2015.
- Gadd, Stefan, Göteborg & Co, ”SV: Film inom Göteborg & Co, e-post till författaren, 12/8 2020.
- Gadd, Stefan, Göteborg & Co, ”SV: Film inom Göteborg & Co”, e-post till författaren, 11/9 2020.
- Gadd, Stefan, Göteborg & Co, ”SV: Film inom Göteborg & Co, e-post till författaren, 14/9 2020.



- Intervju med Johan Öhrling, webb- och bildredaktör Göteborg & Co, 5/5 2014. Digital inspelning och transkribering i författarens ägo.
- Intervju med Anna Vieweg, kommunikationsavdelningen Göteborg & Co, 27/2 2014. Digital inspelning och transkribering i författarens ägo.
- Intervju med Maria Norberg, kommunikationsavdelningen stadsledningskontoret Göteborgs kommun, 1/2 2016. Digital inspelning och transkribering i författarens ägo.
- Ingvarsson, Thorir, Svenska Filminstitutet, ”SV: Staden vi Västerhavet”, e-post till författaren från 5/4 2018.
- Lindblom Bendjelloul, Wanda, Svenska Filminstitutet, ”Sv: Informationsfilmer från Göteborg”, e-post till författaren, 8/2 2018.

## Tryckt material

### Tryckt arkivmaterial

#### *Regionarkivet, Göteborg (RAG)*

##### Stadskansliets informationsavdelning (SIA)

Interfilm, *Interfilm presenterar filmer om bl.a. Europas länder* (Stockholm: Interfilm, 1981), F1:84:CD.

#### Väst kustens turistråd, Förbundet 1935–1982 (VKTRF)

- Göteborgs och Bohusläns turisttrafikförening, *Årsberättelse 1956* (Göteborg: Göteborgs och Bohusläns turisttrafikförening, 1957), F1:1.
- Göteborgs och Bohusläns turisttrafikförening, *Årsberättelse 1958* (Göteborg: Göteborgs och Bohusläns turisttrafikförening, 1959), F1:1.
- Göteborgs och Bohusläns turisttrafikförbund, *Årsberättelse 1960* (Göteborg: Göteborgs och Bohusläns turisttrafikförbund, 1961), F1:1.
- Göteborgs och Bohusläns turisttrafikförbund, *Verksamhetsberättelse för 1961* (Göteborg: Göteborgs och Bohusläns turisttrafikförbund, 1962), F1:1.
- Göteborgs och Bohusläns turisttrafikförbund, *Verksamhetsberättelse 1964* (Göteborg: Göteborgs och Bohusläns turisttrafikförbund, 1965), F1:1.
- Göteborgs och Bohusläns turisttrafikförbund, *Verksamhetsberättelse 1965* (Göteborg: Göteborgs och Bohusläns turisttrafikförbund, 1966), F1:1.

#### *Kungliga biblioteket, Stockholm (KB), Vardagstryck*

##### AB Svensk Filmindustri, samling av trycksaker

Katalogen ”Skolfilmer, långfilmer, barnfilmer, konstfilmer, kortfilmer” för åren 1964–1965, 1966–1967 och 1969–1970 och kataloger över 16mm film för åren 1972–1973, 1974–1975, 1977–1978 och 1979–1980

##### AB Svensk Kulturfilm, samling av trycksaker

Kataloger över 16mm ljudfilm för åren 1948, 1949, 1958, 1959, 1960, 1962, 1963, 1967, 1968, 1969 och 1970.

##### AV-Centraler: Kataloger och förteckningar

- Kataloger från AV-centralen, Göteborgs allmänna skolstyrelse, 1969–1971, 1971–1973, 1973–1975, 1975–1977, 1983–1985.
- Kataloger från AV-centralen, Karlskrona, 1968–1969, 1969–1970, 1970–1971, 1971–1972, 1975–1976.
- Kataloger från AV-centralen, Malmö skolor 1966, 1967–1968, 1968–1969, 1970, 1971, 1972, 1973–1974, 1976–1977.
- Kataloger från AV-centralen, Skoldirektionen Stockholm/Stockholms skolförvaltning, 1965–1966, 1966–1967, 1967–1968, 1968–1969, 1969–1970, 1970–1971, 1974–1975, 1977–1978, 1979–1980, 1980–1981, 1981–1982, 1983–1984.
- Kataloger från AV/Media, Göteborgs förorters förbund, 1990, 1991.
- Kataloger från Norrbottens läns AV-central, 1981–1983, 1988–1990.
- Kataloger från Örebro Läns AV-central, 1985, 1988, 1992–1993, 1993–1994.

##### Filmo, samling av trycksaker

- Filmo, *Filmförteckning* (Stockholm: Folkrorelsernas filmorganisation 1940).
- Filmo, *Filmförteckning 4* (Stockholm: Folkrorelsernas filmorganisation 1947).

##### Föreningsfilmo, samling av trycksaker

- Filmförteckningar för åren 1967–1968, 1969–1970, 1971–1972, 1974–1975 och 1976–1977.

##### Göteborg & Co, samling av trycksaker

- ”Guld igen till Göteborgsfilm” *Nyheter om Göteborg*, nr 3 2005, 3.
- ”Göteborgsfilm prisas i USA”, *Nyheter om Göteborg*, nr 3 2004, 2.
- ”Göteborg – We love you”, *Nyheter om Göteborg*, nr 2 2002, 4.
- ”Start för EM:s viktigaste kampanj”, *Nyheter om Göteborg*, nr 3 2006, 1.
- ”Affischer på klassiskt tema”, *Nyheter om Göteborg*, nr 4 2006, 3.
- Göteborg & Co, *Verksamheten 2005* (Göteborg: Göteborg & Co, 2006).
- Business Region Göteborg, Göteborgs stad & Göteborg & Co, *Affärsplanen för Göteborg i samband med EM i Friidrott 2006* (Göteborg: Göteborgs stad, Business Region Göteborg & Göteborg & Co, 2006).
- Göteborg & Co, *Verksamheten 1999* (Göteborg: Göteborg & Co, 2000).
- Göteborg & Co, *go: Göteborg & Co Affärsplan 2012–2014 med sikte mot 2021* (Göteborg: Göteborg & Co, 2012).

##### Göteborg & Co, näringslivsgruppen, samling av trycksaker

- Göteborg & Co, *Operations in 1997* (Göteborg: Göteborg & Co, 1998).

##### Starfilm, samling av trycksaker

- Smalfilmskataloger för åren 1965, 1967, 1969, 1970, 1972, 1973, 1976, 1977–1978, 1981–1982, 1983–1985, 1989, samt Jubileumskatalog 1985.

Statens järnvägar, samling av trycksaker

SJ Reklamsektion, ”SJ Filmförteckning 1965–1966”, (Stockholm: SJ Reklamsektion 1965).

## Artiklar i dagstidningar

”Drätselkammaren vill inte se Ada i göteborgsfilm”, *Arbetartidningen*, 12/5 1945.

”Film om Göteborg når europeisk publik”, *Svenska Dagbladet*, 9/10 1964.

”Film om Göteborg ska stimulera till etablering”, *Göteborgs Handels- och Sjöfartstidning*, 29/11 1962.

”Göteborg”, *Dagens Nyheter*, 24/1 1964.

”HSB:s i Göteborg fria grupp Årsstämma”, annons HSB, *Göteborgs Handels- och Sjöfartstidning*, 17/5 1965.

”Hyresgästernas husmodersträff”, annons Hyresgästernas centralförening, *Arbetartidningen*, 18/11 1964.

”Kortfilm om Göteborg ska locka industrier”, *Svenska Dagbladet*, 20/3 1964.

”Lingförbundets årsmöte”, *Göteborgs-Tidningen*, 31/3 1965.

”Per G. Holmgrens Göteborgsfilm Staden vid Göta älv visas oavbrutet kl. 1–6 å Victoria samt vid kvällsförest. å Victoria o. Flamman”, annons Victoria & Flamman, *Göteborgs-Posten* 9/3 1938.

”Planerade göteborgsfilmen skall ’visa allt’”, *Arbetartidningen*, 30/11 1962.

”Reklamfilm om Göteborg”, *Arbetartidningen*, 26/1 1957.

”SJ spelar in filmer för att visa för miljonpublik”, *Dagens Nyheter*, 7/3 1946.

”Sjömansvärdens [Sic!] vårförsäljning”, annons Sjömansgården, *Göteborgs Handels- och Sjöfartstidning*, 1/3 1967.

”Sjömansgårdens vårförsäljning”, annons, *Göteborgs Handels- och Sjöfartstidning*, 8/3 1972.

”Stadens egen göteborgsfilm sällan visad”, *Göteborgs Handels- och Sjöfartstidning*, 23/11 1948.

”Stadsbyggarens lek med klossar motiv i ny film om Göteborg”, *Arbetartidningen*, 10/08 1963.

”Stadsfilm Industri- & reklamfilm”, annons för Europafilm, *Reformatorn*, 16/2 1939.

”Swedish Modern Weeks”, annons Göteborgs och Bohusläns turisttrafikförbund, *Göteborgs-Tidningen*, 2/8 1964.

”Våra insättare har fått 27.200.000 i räntor för 1964”, annons Göteborgs och Bohus Läns Sparbank, *Göteborgs Handels- och Sjöfartstidning*, 26/1 1965.

Axås, Elisabet, ”Göteborg ska säljas på video”, *Arbetet*, edition väst, 30/3 1985.

Hansson, Bo, ”Regisserad rundtur i stan”, *Göteborgs-Posten* 13/8 2006.

Kristiansson, Thomas, ”Staden med ständig sommar”, *Göteborgs-Posten*, 24/3 1997.

Sign.: Big Ben [Uno Asplund], ”Flitig göteborgsfotograf filmar Lund efter Göteborg”, i *Göteborgs Handels- och Sjöfartstidning*, 17/6 1965.

Sign.: Bly [Carl Johan Holzhausen], ”Biopremiärerna”, *Göteborgs-Posten*, 4/2 1947.

Sign.: Candide, ”Biograferna”, *Göteborgs Handels- och Sjöfartstidning*, 8/3 1938.

Sign.: Cl-, ”Victoria och Flamman: Två år i varje klass”, *Morgontidningen*, 8/3 1938.

Sign.: Dn., ”Victoria o. Flamman: Tjuvpojksfilm”, *Göteborgs Morgonpost*, 8/3 1938.

Sign.: Grip [Sten Björild], ”Biopremiärer”, *Göteborgs-Posten*, 8/3 1938.

Sign.: Guess [Göran Sellgren], ”Göteborgsfilm’ och annat”, *Svenska Dagbladet*, 3/3 1967.

Sign.: Ht., ”Palladium”, *Arbetet Malmö*, 8/2 1938.

Sign.: Jarl, *Göteborgs-Posten*, 20/3 1964.

Sign.: L[ars Djurberg], ”Spegelns middagsprogram”, *Stockholms-Tidningen*, 15/2 1938.

Sign.: Pem [Åke Perlström], ”Victoria: Filmen om Göteborg (förspel).”, *Göteborgs-Posten*, 21/4 1964.

Sign.: Pp [Allan Törnström], ”Två år i samma [Sic] klass – Victoria och Flamman”, *Ny Tid*, 8/3 1938.

Sign.: Quick, ”Kortfilmer – Victoria och Lillan”, *Ny Tid*, 8/3 1938.

Sign.: Well [William Larsson], *Skånska Dagbladet*, 8/2 1938.

Wängersjö, Mats, ”Film i världsklass av Göteborg & Co”, *Göteborgs-Tidningen*, 14/6 2003.

Wärnlöf, Herbert, ”Lyckad Göteborgsfilm”, *Göteborgs Handels- och Sjöfartstidning*, 20/3 1964.

## Tidskrifter och tidskriftartiklar

”ABF och biografägarförbundets kultursträvanden. *Biografägareförbundet får ampla lovord av folkbildningsmän*”, *Biografägaren*, nr 1 1938, 8–9.

”Anslag till reklam för städer såsom turist- eller industrier”, *Svenska stadsförbundets tidskrift*, nr 6 1934, 379–380.

”Den svenska kortfilmen”, *Biografägaren*, nr 7–8 1960, 1.

”Den svenska kortfilmen står högt. Konstnärligt, instruktivt, underhållande, manande till enighet och svenskhet”, *Biografbladet*, nr 2 1942, 2.

”500 miljoner bättre än väntat”, *Vitsen med Göteborg*, nr 3 1995, 4–5.

”Filmning”, *Svenska stadsförbundets tidskrift*, nr 12 1965, 556.

”Filmpropaganda för skatten”, *Biografägaren*, nr 7 1941, 2.

”Förteckning över företag, som distribuerar företagsfilm”, *Info: Tidskrift för annonssörer, säljare och reklammän*, nr 1 1979, 51–52.

”Göteborg ger ut egen tidning”, *Svenska stadsförbundets tidskrift*, nr 7 1945, 392.

”Göteborg & Co:s nya organisation klar – ’Ska vi vända utvecklingen måste vi satsa’”, *Vitsen med Göteborg*, nr 4 1992, 4–5.

”Informationsfilm”, *Svenska stadsförbundets tidskrift*, nr 4 1964, 187.

”Informationsstyrelsens filmverksamhet: De krisupplysande kortfilmerna”, *Biografbladet*, nr 2 1941, 4.

”Kalaset som ska sälja in sommargöteborg”, *Vitsen med Göteborg*, nr 2 1991, 2.

”Kommunalt filmarkiv”, *Svenska stadsförbundets tidskrift*, nr 6 1921, 380.

”Kommunal propagandafilm”, *Svenska stadsförbundets tidskrift*, nr 7 1945, 391–392.

”Kommunal upplysningsverksamhet”, *Svenska stadsförbundets tidskrift*, nr 10 1955, 292.

- "Kortfilmen", *Biografägaren*, nr 12–13 1946, 3.
- "Kortfilmen gör anspråk på uppmärksamhet. Sveriges Biografägareförbunds Kulturfilms katalog N:r föreligger färdig", *Biografägaren*, nr 3 1937, 7.
- "Kortfilmen och våra biografier", *Biografägaren*, nr 6 1943, 1.
- "Kortfilmer", *Biografägaren*, nr 18–19 1946, 8.
- "Kortfilmerna", *Biografbladet*, nr 12 1943, 35.
- "Kortfilmsproduktionen", *Biografägaren*, nr 1 1946, 12.
- "Kristinehamn filmas?", *Biografägaren*, nr 7–8 1942, 4.
- "Kulturfilmskatalog", *Biografägaren*, nr 5 1936, 1.
- "Linköping filmas", *Biografägaren*, nr 11 1942, 4;
- "Nu är det Sandvikens tur", *Biografägaren*, nr 1 1946, 4.
- "Ny kortfilmschef", *Biografägaren*, nr 7–8 1964, 3.
- "Några svenska kortfilmer", *Biografbladet*, nr 3 1938, 44.
- "Reklamen i kommunens tjänst", *Svenska stadsförbundets tidskrift*, nr 5 1937, 267–268.
- "Sommarkampanjen 1993", *Vitsen med Göteborg*, nr 2 1993, 6–7.
- "Stadens reklamorgan", *Svenska stadsförbundets tidskrift*, nr 9 1937, 498.
- "Stadsfilm", *Svenska stadsförbundets tidskrift*, nr 5 1964, 242.
- "Stadsfilmer", *Svenska stadsförbundets tidskrift*, nr 2 1929, 121.
- "Stadsfilmer", *Svenska stadsförbundets tidskrift*, nr 4 1938, 242.
- "Stadsfilmer – för eftervärlden och som reklam", *Svenska stadsförbundets tidskrift*, nr 9 1937, 498–500.
- "Staten gör kortfilmer? – Informationsstyrelsen planerar", *Biografägaren*, nr 9–10 1940, 3.
- "Staten och kortfilmerna. Ett filmråd i informationsstyrelsen", *Biografbladet*, nr 5–6 1940, 6.
- "Städerna och reklamen", *Svenska stadsförbundets tidskrift*, nr 8 1938, 457–459.
- "Svensk kulturfilm", *Biografägaren*, nr 3 1948, 5.
- "Träffpunkt Göteborg – samlat grepp för att lyfta staden", *Vitsen med*, nr 3 1991, 3.
- "Upprättande av filmarkiv", *Svenska stadsförbundets tidskrift*, nr 7 1929, 477–478.
- "Upptagande av stadsfilm", *Svenska stadsförbundets tidskrift*, nr 1 1963, 35.
- "Vårt Göteborg", *Vårt Göteborg*, nr 1 1965, 2.
- Filmfönstret*, nr 1 1947.
- Forsberg, Olof, "Aktiv kommunpolitik för industrilokalisering", *Svenska stadsförbundets tidskrift*, nr 18 1960, 647–649.
- Forsberg, Olof "Kommunal information och reklam", *Svenska stadsförbundets tidskrift*, nr 5 1961, 167–169.
- Forsberg, Olof, "Kommunal PR med internationell anknytning: Kalmar får vänort i USA", *Svenska stadsförbundets tidskrift*, nr 4 1963, 159–163;
- Forsberg, Olof, "Handlingsprogram för kommunal PR", *Svenska stadsförbundets tidskrift*, nr 11 1965, 458–463.
- Forsell, Johan, Kent Johansson & Lars Marmgren, "Därför satsar vi på Göteborg", *Vitsen med Göteborg*, nr 3 1991, 2.
- Hempel, Lars, "PR i nämndhusen", *Svenska stadsförbundets tidskrift*, nr 10 1965, 439–441.

- Holmquist, Nils-Gustaf, "Landet utan kortfilm", *Biografägaren*, nr 9 1956, 6.
- Info: Tidskrift för annonsörer, säljare och reklammän*, nr 1 1979.
- Johansson, Björn, "Filmen i näringslivets tjänst", *Biografägaren*, nr 1 1959, 14–15.
- Johnsson, Göte, "Målinriktad PR i kommunerna", *Svenska stadsförbundets tidskrift*, nr 4 1967, 144–146.
- Landqvist, Carl, "Städerna och den kommunala reklamen", *Svenska stadsförbundets tidskrift*, nr 2 1946, 89–90.
- Lundell, Stefan, "Nu är beställningsfilmen större än TV", *Vision*, nr 3 1997, 4–5.
- Mårtensson, Sten, "Den kommunala informationen", *Kommunal tidskrift*, nr 3 1968, 216–220.
- Nyström, Bengt, "Filmen och museerna: Samhällets minne", *Film & TV*, nr 2 1982, 32–42.
- Petersson, Krister, "Riktig och riktad kommunal information", *Kommunal tidskrift*, nr 9 1969, 794–797.
- Selking, P-G, "SJ-filmer på segertåg", *SJ-Nytt*, nr 6 1953, 14–15.
- Sign.: A. B-h. "Statsmakterna visa nyvaknat filmintresse: Informationsstyrelsen utger filmkatalog", *Biografbladet*, nr 7–8 1940, 2.
- Sign.: J.T., "De svenska kortfilmerna: Deras uppkomst och utveckling", *Biografbladet*, nr 2 1940, 14–16.
- Swanberg, Lasse, "Filmindustrins tysta majoritet", *TM: Tekniskt meddelande*, nr 3 1973, 3–4.
- Tamm, Göran, "Om kommunal reklam", *Svenska stadsförbundets tidskrift*, nr 2 1945, 79–83.
- Tema: Film&Video*, nr 1 1980.
- TM: Tekniskt Meddelande*, nr 3 1973.
- Tenow, Christian A., "Att göra beställningsfilm", *Vi på SF*, nr 2 1957, 11.
- Terselius, Fred, "Varför gör man film", *Svenska stadsförbundets tidskrift*, nr 4 1966, 156–158.
- The British national film catalogue*, vol. 6 1968.
- Wendt, Stellan, "Reklam för skatteinbetalning", *Svenska stadsförbundets tidskrift*, nr 1 1942, 75–77.

## Offentligt tryck

### Statens offentliga utredningar

- SOU 1942:36, *Betänkande med förslag kring statligt stöd rörande statligt stöd åt svensk filmproduktion.*
- SOU 1944:59, *Betänkande med förslag till ändrad semesterlagstiftning.*
- SOU 1946:72, 1940 års skolutrednings betänkanden och utredningar: VII radio och film i skolundervisningen.
- SOU 1949:31, *Social upplysning betänkande.*
- SOU 1972:9, *Samhället och Filmen 2. Film- och tv-undervisning Kortfilm.*
- SOU 1972:52, *Rapport angående kommunal information m.m.*
- SOU 1974:50, *Information och medverkan i kommunal planering.*



SOU 1975:46, *Kommunal organisation och information*.  
 SOU 1980:28, *Massmediekoncentration. Lagförslag och motiv*.  
 SOU 1999:41, *Bevara dokumentärfilmens kulturarv*.

#### Göteborgs stadsfullmäktige handlingar

Nr 280, 1937.  
 Nr 129, 1945.  
 Nr 243, 1945.  
 Nr 517, 1946.  
 Nr 35, 1957.  
 Nr 247, 1963.  
 Nr 331, 1970.  
 Protokoll nr 10, 17/6 1937.  
 Protokoll nr 4, 22/3 1945.  
 Protokoll nr 7, 24/5 1945.  
 Protokoll nr 13, 7/11 1946.  
 Protokoll nr 1, 24/1 1957.  
 Protokoll nr 9, 13/6 1963.  
 Yttrande nr 9, 13/6 1963.

#### Göteborgs kommunfullmäktige handlingar

Nr 111, 1980.  
 Nr 253, 1982.  
 Nr 371, 1983.  
 Nr 209, 1985.  
 Nr 49, 1988.  
 Protokoll nr 5, 16/6 1983.

#### Göteborgs kommunalkalender

År 1937.  
 År 1946.  
 År 1960.

### Böcker, antologikapitel och vetenskapliga artiklar

Abenius, Folke, ”Mina Göteborgsår”, *Teatern i Kungsparken: Stora teatern 125 år*, red. Robert Lindahl (Göteborg: Göteborgs teater- och konsertaktiebolag, 1984), 181–186.  
 Acland, Charles R. & Haidee Wasson red., *Useful Cinema* (Durham/London: Duke University Press, 2011).  
 Agamben, Giorgio, *Vad är ett dispositiv?* (Malmö: Eskaton, 2014).  
 Aitken, Ian, *Film and reform: John Grierson and the documentary film movement* (London: Routledge, 1990).

Albera, François & Maria Tortajada red., *Cine-dispositives: Essays in epistemology across media* (Amsterdam: Amsterdam University Press, 2015).  
 Allen, Robert C. & Douglas Gomery, *Film history: Theory and practice* (New York: Knopf, 1985).  
 ALSayyad, Nezar, *Cinematic urbanism: A history of the modern from reel to real* (London: Routledge, 2006).  
 Amin, Ash red., *Post-fordism: A reader* (Oxford: Blackwell, 1994).  
 Anderberg, Stefan & Eric Clark, ”Green and sustainable Øresund region: Eco-branding Copenhagen and Malmö”, *Urban sustainability: A global perspective*, red. Igor Vojnovic (Michigan: Michigan state university press, 2013), 591–610.  
 Anderson, Benedict, *Den föreställda gemenskapen: Reflexioner kring nationalismens ursprung och spridning* (Göteborg: Daidalos, 1992).  
 Andersson Ida, ”’Green cities’ going greener? Local environmental policy-making and place branding in the ’Greenest City in Europe’”, *European Planning Studies*, vol. 24 nr 6 2016, 1197–1215.  
 Andersson, Lars Gustaf, John Sundholm & Astrid Söderbergh Widding, ”Experimentfilmens behov och filmarkivets möjligheter”, *”Skosmörja eller arkivdokument?”: Om Filmarkivet.se och den digitala filmhistorien*, red. Mats Jönsson & Pelle Snickars (Stockholm: Mediehistoriskt arkiv, 2012), 67–80.  
 Andersson, Åke E., *Kreativitet: StorStadens framtid: En bok om Stockholm* (Stockholm: Prisma, 1985).  
 Aronsson, Peter, *Historiebruk: Att använda det förflutna* (Lund: Studentlitteratur, 2004).  
 Aspling, Sven, ”Samhället och fritiden”, *Turismen och samhället: Svenska turistförningens konferens med turistorganisationerna den 7 och 8 oktober 1963 i Stockholm* (Stockholm: Svenska turistföreningen, 1963), 10–20.  
 Beattie, Keith, *Documentary display: Re-viewing non-fiction film and video* (London: Wallflower Press, 2008).  
 Bell, Daniel, *The coming of post-industrial society: A venture in social forecasting* (New York: Basic Books, 1973).  
 Bengtsson, Bengt, ”Regionfilmen och konstruktionen av folkhemmet”, *Medier och politik: Om arbetarrörelsens mediestrategier under 1900-talet*, red. Mats Jönsson & Pelle Snickars (Stockholm: Mediehistoriskt arkiv, 2007), 129–157.  
 Bengtsson, Bengt, ”Förnuftig fritid i Sandviken”, *Fram träder Bergslagen*, red. Maths Isacson et al. (Västerås: Penta Plus, 2009), 150–174.  
 Benjamin, Walter, *The writer of modern life: Essays on Charles Baudelaire* (London: The Belknap Press of Harvard University Press, 2006).  
 Benjamin, Walter *Passagearbetet: Paris, 1800-talets huvudstad*, Band 1 (Stockholm: Atlantis, 2015).  
 Berg, Gustaf, *Filmen och folkundervisningen* (Stockholm: Svensk Filmindustri, 1922).  
 Berg, Gustaf, *Filmen i kulturens tjänst* (Stockholm: Svensk Filmindustri, 1926).  
 Berglund, Elin, *Perspektiv på platsmarknadsföring* (Stockholm: KTH Royal Institute of Technology, 2013).

- Bergstrom, Janet & Mary Ann Doane, "The female spectator: contexts and directions", *Camera Obscura*, nr 20–21 1989, 5–27.
- Berman, Marshall *Allt som är fast förflyktigas: Modernism och modernitet* (Lund: Arkiv förlag, 2001).
- Björkin, Mats "Plaster i rörelse: industrifilm och mediehistoria" *Kultur, plats, identitet: Det lokals betydelse i en globaliserad värld*, red. Helene Egeland & Jenny Johansson (Nora: Nya Doxa, 2003), 119–136.
- Björkin, Mats, "Industrifilm som dokument och kommunikationsmedium", *Det förflutna som film och vice versa*, red. Pelle Snickars & Cecilia Trenter (Lund: Studentlitteratur, 2004), 245–258.
- Björkin, Mats & Pelle Snickars, "1923/1933: Production, reception and cultural significance of Swedish non-fiction film", *Triumph der Bilder: Kultur- und Dokumentarfilme vor 1945 im internationalen Vergleich*, red. Peter Zimmermann & Kay Hoffmann (Konstanz: UVK, 2003), 272–290.
- Björklund, Elisabet, *The most delicate subject: A history of sex education films in Sweden* (Lund: Lunds universitet, 2013).
- Blomberg, Eva, "Filmeländet: Att utarbeta en filmpolitik", *Medier och politik: Om arbetarrörelsens mediestrategier under 1900-talet*, red. Mats Jönsson & Pelle Snickars (Stockholm: Mediehistoriskt arkiv, 2007), 103–126.
- Bordwell, David, Kristin Thomson & Jeff Smith, *Film art: An introduction* (New York: Mac Graw Hill Education, 2017).
- Borg, Alexandra, *En vildmark av sten: Stockholm i Litteraturen 1897–1916* (Stockholm: Stockholmia förlag, 2011).
- Borg, Margareta, *Skol-TV – Traditioner, visioner och former: En studie av skol-TV:s förutsättningar, framväxt och utveckling under 1960-talet* (Lund: Lunds universitet, 2006).
- Brodin, Louise et al., *Göteborgsutställningen 1923: Hågkomster och framtidsspår* (Sävedalen: Warne förlag, 2006).
- Broms Wessel, Ola, Moa Tunström & Karin Bradley, *Bor vi i samma stad?: Om stadsutveckling, mångfald och rättvisa* (Stockholm: Pocky, 2005).
- Bruno, Giuliana, *Streetwalking on a ruined map: Cultural theory and the city films of Elvira Notari* (Princeton: Princeton University Press, 1993).
- Brunsdon, Charlotte, *London in cinema* (London: BFI, 2007).
- Brunsdon, Charlotte, "The attractions of the cinematic city", *Screen*, vol. 53 nr 3 2012, 209–227.
- Bruzzi, Stella, *New documentary* (London/New York: Routledge, 2006).
- Certeau, Michel de, *The practice of everyday life* (Berkeley: University of California Press, 1984).
- Chambers, Ciara, Mats Jönsson & Roel Vande Winkel red., *Researching newsreels: Local, national and transnational case studies* (Cham, Switzerland: Palgrave Macmillan, 2018).
- Chapman, James, Mark Glancy & Sue Harper red., *The new film history: Sources, methods, approaches* (Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2007).
- Charney, Leo & Vanessa R. Schwartz red., *Cinema and the invention of modern life* (Berkeley: University of California Press, 1995).
- Clarke, David B. red., *The cinematic city* (London: Routledge, 1997).
- Cormon, Catherine, "The challenge of archiving commercials", *Films that sell: Moving pictures and advertising*, red. Bo Florin, Nico de Klerk & Patrick Vonderau (London: Palgrave, 2016), 275–282.
- Corner, John, *The art of record: A critical introduction to documentary* (New York: Manchester University Press, 1996).
- Cowan, Michael, *Walter Ruttmann and the cinema of multiplicity: Avantgarde, advertising, modernity* (Amsterdam: Amsterdam University Press, 2014).
- Dahlquist, Marina & Joel Frykholm red., *The institutionalization of educational cinema: North America and Europe in the 1910s and 1920s* (Bloomington, Indiana: Indiana University Press, 2019).
- Dawson, Andrew & Sean P Holmes red., *Working in the global film and television industries: Creativity, systems, space, patronage* (London: Bloomsbury Academic, 2012).
- Dean, Mitchell, *Governmentality: Power and rule in modern society* (London: Sage, 2010).
- De Rosa, Miriam & Vinzenz Hediger red., "Post-what? Post-when? Thinking moving images beyond the post-medium/post-cinema condition", *Cinéma & Cie*, vol. 16 nr 26/27 2016.
- Diesen, Jan Anders, *Film som statlig folkeopplyser: Statens filmsentral i 50 år* (Oslo: Norsk filminstitutt, 1998).
- Druick, Zoë *Projecting Canada: Government policy and documentary film at the National film board* (Montreal: McGill-Queen's University Press, 2007).
- Edquist, Samuel, "Blå som himlen och gul som solen: Om vänstern och den svenska nationalismen kring sekelskiftet 1900", *Ett och annat om territorier, romaner, röda stugor och statistik*, red. Lars Pettersson (Uppsala: Uppsala universitet, 1999), 71–100.
- Egeland, Helene & Jenny Johansson red., *Kultur, plats, identitet: Det lokals betydelse i en globaliserad värld* (Nora: Nya Doxa, 2003).
- Ekercrantz, Jan, *Makten och informationen* (Lund: Studentlitteratur, 1975).
- Ekström, Anders, *Den utställda världen: Stockholmsutställningen 1897 och 1800-talets världsutställningar* (Stockholm: Nordiska museet, 1994).
- Ekström, Anders, Solveig Jülich & Pelle Snickars red., *1897: Mediehistorier kring Stockholmsutställningen* (Stockholm: Mediehistoriskt arkiv, 2006).
- Ekström von Essen, Ulla, *Folkhemets kommun: Socialdemokratiska idéer om lokalsamhället 1939–1952* (Stockholm: Atlas, 2003).
- Elsaesser, Thomas red., *Early cinema: Space frame narrative* (London: BFI, 1990).
- Elsaesser, Thomas "Die Stadt von morgen: Filme zum Bauen und Wohnen", *Geschichte des dokumentarischen Films in Deutschland, Band 2 Weimarer Republik 1918–1933*, red. Klaus Kreimeier, Antje Ehmann & Jeanpaul Goergen (Stuttgart: Reclam, 2005), 381–409.
- Elsaesser, Thomas, "Archives and archaeologies", *Films that work: Industrial film and the productivity of media*, red. Vinzenz Hediger & Patrick Vonderau (Amsterdam: Amsterdam University Press, 2009), 19–34.
- Elsaesser, Thomas, "What is left of the cinematic apparatus, or why we should retain (and return to) it", *Recherches sémiotiques*, vol. 31 nr 1-2-3 2011, 33–44.

- Elsaesser Thomas & Malte Hagener, "Walter Ruttmann 1929", *1929: Beiträge zur Archäologie der Medien*, red. Stefan Andriopoulos & Bernhard J Dotzler (Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag, 2002), 316–349.
- Falkemark, Gunnar, *Svensk trafikplanering: Verklighet och ideal* (Stockholm: Kommunikationsforskningsberedningen, 1999).
- Falkemark, Gunnar, "Göteborgsandan", *Göteborg utforskat: Studier av en stad i förvandling*, red. Helena Holgersson et al. (Göteborg: Glänta produktion, 2010), 83–89.
- Film History*, vol. 17 nr 1 2005.
- Florida, Richard, *Den kreativa klassens framväxt* (Göteborg: Daidalos, 2006).
- Florida, Richard, *The new urban crisis: How our cities are increasing inequality, deepening segregation, and failing the middle class – and what we can do about it* (New York: Basic Books, 2017).
- Florin, Bo Nico de Klerk & Patrick Vonderau red., *Films that sell: Moving pictures and advertising* (London: Palgrave, 2016).
- Florin Persson, Erik, "Useful cinema och den flyktiga filmhistorien: Reflektioner kring en inventering av filmsamlingarna vid Göteborgs stadsmuseum", *Filmens Göteborg: Spår, erfarenheter och resultat från ett samverkande forskningsprojekt*, red. Karl-Magnus Johansson (Riksarkivet: Göteborg, kommande/2021).
- Florin Persson, Erik & Emil Stjernholm, "Ett filmbolag i samhällets tjänst? Svensk Filmindustri och skolfilmens flytande gränser", *Efterkrigstidens samhällskontakter*, red. Fredrik Norén & Emil Stjernholm (Lund: Mediehistoriskt arkiv, 2019), 41–71.
- Fog, Hans & Ann Mari Westerlind, *Göteborg: Stadskärna – region – framväxt – framtid* (Stockholm: Statens råd för byggnadsforskning, 1979).
- Fossati, Giovanna, *From grain to pixel: The archival life of film in transition* (2009; Amsterdam: Amsterdam University Press, 2018).
- Foucault, Michel, *Säkerhet, territorium, befolkning, Collège de France 1977–1978* (Hägersten: Tankekraft Förlag, 2010).
- Foucault, Michel, *Biopolitikens födelse, Collège de France 1978–1979* (Hägersten: Tankekraft förlag, 2014).
- Foucault, Michel, "The Subject and Power", *Critical Inquiry*, vol. 8 nr 4 1982, 777–795.
- Franzén, Mats red., *Från flygdröm till swingscen: Ungdom och modernitet på 1930-talet* (Lund: Arkiv förlag, 1998).
- Franzén, Mats, "Rummets tvära dialektik: Notater till Henri Lefebvre", *Urbanitetens omvandlingar: Kultur och identitet i den postindustriella staden*, red. Thomas Johansson & Ove Sernhede (Göteborg: Daidalos, 2003), 49–63.
- Franzén, Mats, "Varumärkets kortslutning: 'Stockholm the capital of Scandinavia'", *Kultur og Klasse*, nr 109 2010, 119–132.
- Franzén Mats, Nils Hertting & Catharina Thörn, *Stad till salu: Entreprenörsurbanismen och det offentliga rummets värde* (Göteborg: Daidalos, 2016).
- Friedberg, Anne, *Window Shopping: Cinema and the postmodern* (Berkeley: University of California Press, 1993).
- Furhammar, Leif, "Svens dokumentärfilmhistoria från PW till TV: Eller om man så vill från PW till PW.", *Filmhäftet*, nr 38–40 1982a, 7–41.
- Furhammar, Leif, "Göteborgsutställningen utan och innan", *Svensk Filmografi 2 1920–1929*, red. Lars Åhlander (Stockholm: Svenska Filminstitutet, 1982b).
- Furhammar, Leif, *Filmen i Sverige: En historia i tio kapitel och en fortsättning* (Stockholm: Dialogos/ Svenska Filminstitutet, 2003).
- Furåker, Bengt "En postindustriell stad?", *Göteborg utforskat: Studier av en stad i förändring*, red. Helena Holgersson et al. (Göteborg: Glänta produktion, 2010), 49–55.
- Gardeström, Elin *Reklam och propaganda under svenskt 1930-tal* (Huddinge: Södertörns Högskola, 2018).
- Gaudreault, André, "Showing and telling: Image and word in early cinema", *Early cinema: Space frame narrative*, red. Thomas Elsaesser (London: BFI, 1990).
- Glover, Nikolas, *National relations: Public diplomacy and the Swedish Institute 1945–1970* (Lund: Nordic Academic Press, 2011).
- Goergen, Jeanpaul, "Urbanität und Idylle. Städtefilme zwischen Kommerz und Kulturpropaganda", *Geschichte des dokumentarischen Films in Deutschland, Band 2 Weimarer Republik 1918–1933*, red. Klaus Kreimeier, Antje Ehmann & Goergen (Stuttgart: Reclam, 2005), 151–172.
- Gold, John R & Stephen V. Ward, "Of plans and planners", *The Cinematic city*, red. David B. Clarke (Routledge: London, 1997).
- Granberg, Mikael, *Från lokal välfärdsstat till stadspolitik. Politiska processer mellan demokrati och effektivitet: Vision Mälarstaden och Östra hamnen i Västerås* (Örebro: Örebro universitet, 2004).
- Greenberg, Miriam, *Branding New York: How a city in crisis was sold to the world* (Routledge: New York, 2008).
- Greenberg, Miriam, "Branding, crisis and utopia: Representing New York in the age of Bloomberg", *Blowing up the brand*, red. Melissa Aronczyk & Devon Powers (New York: Peter Lang Publishing, 2010), 115–143.
- Gustafsson, Agne, *Kommunal självstyrelse* (Stockholm: SNS förlag, 1996).
- Gustafsson, Bo, *Den tysta revolutionen: Det lokala välfärdssamhällets framväxt: exempel Örebro 1945–1982* (Hedemora: Gidlund, 1988).
- Gunning, Tom "Before Documentary: Early non-fiction films and the 'view aesthetic'", *Uncharted territory: Essays on early nonfiction films*, red. Daan Hertogs & Nico de Klerk (Amsterdam: Stichting Nederlands Filmmuseum, 1997).
- Göteborgsregionens kommunalförbund, *Kom till Göteborg* (Göteborg: Tema Reklam Information AB, 1987).
- Habel, Ylva, *Modern media, modern audiences: Mass media and social engineering in the 1930s Swedish welfare state* (Stockholm: Aura, 2002).
- Habel, Ylva, "The exhibition 'Modern Leisure' as a site of governmentality", *Swedish modernisms: Architecture, consumption, and the welfare state*, red. Helena Mattsson & Sven-Olov Wallenstein (London: Black Dog Publishing, 2010), 122–133.
- Hagener, Malte, Vinzenz Hediger & Alena Strohmaier red., *The state of post-cinema: Tracing the moving image in the age of digital dissemination* (Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2016).



- Hall, Stuart, "Introduction: Who needs identity?", *Questions of cultural identity*, red., Stuart Hall & Paul Du Gay (London: Sage, 1996), 1–17.
- Hall, Tim & Phil Hubbard red., *The entrepreneurial city: Geographies of politics, regime and representation* (Chichester: Wiley, 1998).
- Harvey, David, "From managerialism to entrepreneurialism: The transformation in urban governance in late capitalism", *Geografiska Annaler B*, vol. 71 nr 1 1989, 3–17.
- Harvey, David, *The condition of postmodernity* (Oxford: Blackwell, 1990).
- Harvey, David, *Ojämlighetens nya geografi: Texter om stadens och rummets förändringar i den globala kapitalismen* (Stockholm: Atlas Förlag, 2011).
- Hediger, Vinzenz & Patrick Vonderau red., *Films that work; Industrial film and the productivity of media* (Amsterdam: Amsterdam University Press, 2009).
- Hediger, Vinzenz & Patrick Vonderau, "Introduction", *Films that work: Industrial film and the productivity of media*, red. Hediger & Vonderau (Amsterdam: Amsterdam University Press, 2009a), 9–16.
- Hediger, Vinzenz & Patrick Vonderau, "Record, rhetoric, rationalization: Industrial organization and film", *Films that work: Industrial film and the productivity of media*, red. Hediger & Vonderau (Amsterdam: Amsterdam University Press, 2009b), 35–49.
- Hedling, Erik & Mats Jönsson red., *Välfärdsbilder: Svensk film utanför biografen* (Stockholm: Mediehistoriskt arkiv, 2008).
- Hedling, Olof, "Sveriges mest kända korvkiosk": Om regionaliseringen av svensk film", *Solskenslandet: Svensk film på 2000-talet*, red. Erik Hedling & Ann-Kristin Wallengren (Stockholm: Atlantis, 2006), 19–49.
- Hedling, Olof, "A new deal in European film? Notes on the Swedish regional production turn", *Film International*, vol. 6 nr 5 2008, 8–17.
- Hedling, Olof "Muder, mystery and megabucks: Films and filmmaking as regional and local place promotion in Southern Sweden", *Regional aesthetics: Locating Swedish media*, red. Mats Jönsson, Erik Hedling & Olof Hedling (Stockholm: Mediehistoriskt arkiv, 2010), 263–290.
- Hedling, Olof "Making films in Scandinavia: Work and production infrastructure in the contemporary regional sector", *Working in the global film and television industries: Creativity, systems, space, patronage*, red. Andrew Dawson & Sean P Holmes (London: Bloomsbury Academic, 2012), 57–72.
- Hertogs, Daan & Nico de Klerk, *Uncharted territory: Essays on early nonfiction films* (Amsterdam: Stichting Nederlands Filmmuseum, 1997).
- Heymer, Anna & Patrick Vonderau, "Industrial film: An analytical bibliography", *Films that work: Industrial film and the productivity of media*, red. Vinzenz Hediger & Patrick Vonderau (Amsterdam: Amsterdam University Press, 2009), 405–461.
- Hietanen, Mika, "Topikernas teori och praktik", *Retorik och lärande: Kunskap, bildning, ansvar: Nordiska konferensen för retorikforskning (NKRF) 2014*, red. Anders Sigrell & Sofi Qvarnström (Lund: Lunds universitet, 2015), 117–136.
- Holgersson, Helena, *Icke-medborgarskapets urbana geografi* (Göteborg: Glänta produktion, 2011).
- Holgersson, Helena, "The value of the uncool: Reflections on the demolition of an old re-used industrial area", *Heritage, gentrification and resistance*, red. Feras Hammami, Daniel Jewsbury & ChiaraValli (New York: Berghahn books, kommande).
- Holcomb, Briavel, "City make-overs: marketing the post-industrial city", *The entrepreneurial city: Geographies of politics, regime and representation*, red. Tim Hall & Phil Hubbard (Chichester: Wiley, 1998), 115–131.
- Houltz, Anders, *Teknikens tempel: Modernitet och industriarv på Göteborgsutställningen 1923* (Hedemora: Gidlunds förlag/Göteborg: Göteborg stadsmuseum, 2003).
- Hughes, Kit, *Television at work: Industrial media and American labor* (Oxford: Oxford University Press, 2020).
- Iversen, Gunnar "Opplysning til folket: informasjonsfilmen og kinoene", *Den andre norske filmhistorien*, red. Eva Bakøy & Tore Helseth (Oslo: Universitetsforlaget, 2011), 41–54.
- Jacobs, Steven, Anthony Kinik & Eva Hielscher, *The city symphony phenomenon: Cinema, art and urban modernity between the wars* (New York: Routledge, 2019).
- Janson, Tobias & Malin Wahlberg, *TV-pionjärer och fria filmare: En bok om Lennart Ehrenborg* (Stockholm: Statens ljud- och bildarkiv, 2008).
- Jarlbrink, Johan, Patrik Lundell & Pelle Snickars, *Mediernas historia: Från big bang till big data* (Lund: Mediehistoriskt arkiv, 2019).
- Jensen, Pia Majbritt & Anne Marti Waade, "Nordic noir production values: The Killing and The Bridge", *Akademisk kvarter*, nr 7 2013, 188–201.
- Jernudd, Åsa, *Filmkultur och nöjesliv i Örebro 1897–1908* (Stockholm: Stockholms Universitet, 2007).
- Johansson, Kerstin, "Välfärdsstaten som styrning", *Viljan att styra: Individ, samhälle och välfärdens styrningspraktiker*, red. Sophia Lövgren & Kerstin Johansson (Lund: Studentlitteratur, 2007), 25–37.
- Johnson, Martin L., *Main street movies: The history of the local film in the United States* (Bloomington, Indiana: Indiana University Press, 2018).
- Jülich, Solveig, Patrik Lundell & Pelle Snickars red., *Mediernas kulturhistoria* (Stockholm: Mediehistoriskt arkiv, 2008).
- Jönsson, Mats, "Igenkännandets glädje Regionalt kulturarv i film och på internet", *Självbilder Filmer från Västmanland*, Mats Jönsson & Cecilia Mörner (Grängesberg: Svenska Filminstitutet, 2006), 23–68.
- Jönsson, Mats, "Marcimainstream? History in two contemporary Swedish TV-series", *Film International*, vol. 6 nr 5 2008, 36–41.
- Jönsson, Mats, *Visuell fostran: Film- och bildverksamheten i Sverige under andra världskriget* (Lund: Sekel, 2011).
- Jönsson, Mats "Liknande uppdrag med omvänd prioritering?: Ny svensk filmforskning och *filmarkivet.se*", *Den nya svenska filmen: kultur, kriminalitet och kaka-foni*, red. Erik Hedling & Ann-Kristin Wallengren (Stockholm: Atlantis, 2014), 187–209.
- Jönsson, Mats, "Non-fiction film culture in Sweden circa 1920–1960: Pragmatic governance and consensual solidarity in a welfare state", *A companion to Nordic*

- cinema*, red. Mette Hjort & Ursula Lindqvist (Hoboken: John Wiley & Sons Inc., 2016), 125–147.
- Jönsson, Mats & Pelle Snickars red., *Medier och politik: Om arbetarrörelsens mediestrategier under 1900-talet* (Stockholm: Mediehistoriskt arkiv, 2007).
- Jönsson, Mats & Pelle Snickars red., ”Skosmörja eller arkivdokument?": *Om filmarkivet.se och den digitala filmhistorien* (Stockholm: Mediehistoriskt arkiv, 2012).
- Jönsson, Mats & Pelle Snickars, ”Filmens arkiv”, ”Skosmörja eller arkivdokument?": *Om filmarkivet.se och den digitala filmhistorien*, red. Jönsson & Snickars (Stockholm: Mediehistoriskt arkiv, 2012), 11–36.
- Kessler, Frank, ”Historische Pragmatik”, *montage AV: Zeitschrift für Theorie und Geschichte audiovisueller Kommunikation*, vol. 11 nr 2 2002, 104–112.
- Kessler, Frank, ”The cinema of attractions as dispositif”, *The cinema of attractions reloaded*, red. Wanda Strauven (Amsterdam: Amsterdam University Press, 2006), 57–96.
- Kessler, Frank & Eef Masson, ”Layers of cheese: Generic overlap in early non-fiction films on production processes”, *Films that work: Industrial film and the productivity of media*, red. Vinzenz Hediger & Patrick Vonderau (Amsterdam: Amsterdam University Press, 2009), 75–84.
- Kindblom, Mikaela, *Våra drömmars stad: Stockholm i filmen* (Stockholm: Stockholmia förlag, 2006).
- Koeck, Richard & Les Roberts, *The city and the moving image: Urban projections* (New York: Palgrave Macmillan, 2010).
- Koskinen, Maaret, ”The capital of Scandinavia? Imaginary cinescapes and the art of creating an appetite for Nordic cinematic spaces”, *A companion to Nordic cinema*, red. Mette Hjort & Ursula Lindqvist (Oxford: Blackwells/John Wiley and Sons, 2016), 199–223.
- Kåring Wagman, Anna, *Stadens melodi: Information och reklam i Stockholms kommun 1930–1980* (Stockholm: Stockholmia förlag, 2006).
- Larsson, Gösta & Harry Schein, *Smalfilmsdistribution* (Stockholm: Utbildningsdepartementet, 1972).
- Lauritzen, Bertil, ”Filmen och undervisningen”, *Filmen och samhället: Social Årsbok 1949* (Stockholm: Centralförbundet för socialt arbete/Kooperativa förbundets bokförlag, 1950).
- Lebas, Elizabeth, *Forgotten futures: British municipal cinema 1920–1980* (London: Black Dog, 2011).
- Lefebvre, Henri, *The production of space* (Oxford: Blackwell Publishing, 1991).
- Lefebvre, Henri, *Rhythmanalysis: Space, time and everyday life* (London/New York: Bloomsbury, 2004).
- Lindqvist, Janne, *Klassisk retorik för vår tid* (Lund: Studentlitteratur, 2016).
- Lindström, Jonas, *Drömmen om den nya staden: Stadsförmåelse i det postsovjettiska Riga* (Lund: Arkiv förlag, 2012).
- Lundh, Arne & Harry Jonasson, *Att visa film* (Stockholm: A-B Svensk kulturfilm, 1948).
- Lundblad, Ulf, *Göteborgs stads engagemang inom turism- och besöksnäringen* (Göteborg: Göteborg & Co, 2009).
- Manovich, Lev, *The language of new media* (Cambridge, Massachusetts: The MIT Press, 2001).
- Martins Holmberg, Ingrid, *På stadens yta: Om historiseringen av Haga* (Göteborg: Makadam, 2006).
- McCann, Eugene, ”Policy boosterism, policy mobilities, and the extrospective city”, *Urban Geography*, vol. 34 nr 1 2013, 5–29.
- Montage AV: Zeitschrift für Theorie und Geschichte audiovisueller Kommunikation*, vol. 14 nr 2 2005.
- Montage AV: Zeitschrift für Theorie und Geschichte audiovisueller Kommunikation*, vol. 15 nr 1 2006.
- Mukhtar-Landgren, Dalia ”Entreprenörstaden: Postindustriella Malmö öppnas upp och stängs ner”, *Den bästa av världar? Beträktelser över en postpolitisk samtid*, red. Mekonnen Tesfahuney & Magnus Dahlstedt (Hägersten: Tankekraft, 2008), 222–247.
- Mukhtar-Landgren, Dalia, *Planering för framsteg och gemenskap: Om den kommunala utvecklingsplaneringens idémässiga förutsättningar* (Lund: Lunds universitet, 2012).
- Mulvey, Laura, ”Visual pleasure and narrative cinema”, *Screen*, nr 3 1975, 6–18.
- Mulvey, Laura, ”Afterthoughts on visual pleasure and narrative cinema inspired by King Vidor’s *Duel in the sun* (1946)”, *Framework*, 1981, 12–15.
- Musiał, Kazimierz, *Roots of the Scandinavian model: Images of progress in the era of modernization* (Baden-Baden: Nomos-Verlagsgesellschaft, 2002).
- Möllerström, Veselinka, *Malmö omvandling: Från arbetarstad till kunskapsstad, en diskursanalytisk studie av Malmö omvandling* (Lund: Lunds universitet, 2011).
- Mörner Cecilia, ”Vårt att minnas: Nedslag i privata filmsamlingar från 1960–1980-talen”, *Själbilder: Filmer från Västmanland*, Mats Jönsson & Cecilia Mörner (Grängesberg: Svenska Filminstitutet, 2006), 69–107.
- Nichols Bill, ”The voice of documentary”, *Film Quarterly*, vol. 36 nr 3 1983, 17–30.
- Nichols, Bill, *Representing reality* (Bloomington/Indianapolis: Indiana University Press, 1991).
- Nichols, Bill, ”Documentary film and the modernist avant-garde”, *Critical Inquiry*, vol. 27 nr 4 2001, 580–610.
- Nichols, Bill, *Introduction to documentary* (Bloomington: Indiana University Press, 2017).
- Nilsson, Torbjörn & Anders Gullberg, ”Företal”, *Du sköna nya stad: Privatisering, miljö och EU i Stockholmspolitiken*, red. Torbjörn Nilsson (Stockholm: Stockholmia förlag 2013), 7–12.
- Norén, Fredrik, ”Statens informationslogik och den audiovisuella upplysningen 1945–1960”, *Scandia*, vol. 80 nr 2 2014, 66–92.
- Norén, Fredrik, *Framtiden tillhör informatörerna: Samhällsinformationens formering i Sverige 1965–1975* (Umeå: Umeå Universitet, 2019).
- Norén, Fredrik & Emil Stjernholm red., *Efterkrigstidens samhällskontakter* (Lund: Mediehistoriskt arkiv, 2019).
- Olsson, Kent, *Göteborgs ekonomiska historia: Näringsliv och samhällsutveckling. Band*

- 3: *Från industristad till tjänstestad 1920–1995* (Stockholm: Nerenius & Santérus förlag, 1996).
- Oregon, Devin, Marsha Oregon & Dan Streible, *Learning with the lights off: Educational film in the United states* (Oxford/New York: Oxford University Press, 2012).
- Paalman, Floris, *Cinematic Rotterdam: The times and tides of a modern city* (Rotterdam: 010 Publishers, 2011).
- Parikka, Jussi, *What is media archaeology?* (Cambridge: Polity, 2012).
- Parker, Brenda, "Beyond the class act: Gender and race in the 'creative city' discourse", *Research in urban sociology*, vol. 9 2008, 201–232.
- Peck, Jamie "Kreativitet som lösningen på allt", *Fronesis*, nr 24 2007, 174–191.
- Petersson, Olof, *Kommunalpolitik* (Stockholm: Norstedts juridik, 2006)
- Prelinger, Rick, *The field guide to sponsored films* (San Fransisco: National Film Preservation Foundation, 2006).
- Prendergast, Christopher, *Paris och 1800-talet* (Stockholm/Stehag: Brutus Östlings Bokförlag Symposion, 2000).
- Qvist, Per Olov, *Folkhemmets bilder: Modernisering, motstånd och mentalitet i den svenska 30-talsfilmen* (Lund: Arkiv, 1995).
- Renov, Michael red., *Theorizing documentary* (New York: Routledge, 1993).
- Rice, Tom, "One family: The movement of educational film in Britain and its empire", *The institutionalization of educational cinema: North America and Europe in the 1910s and 1920s*, red. Marina Dahlquist & Joel Frykholm (Bloomington, Indiana: Indiana University Press, 2019), 55–79.
- Roberts, Les, *Film, mobility and urban space: A cinematic geography of Liverpool* (Liverpool: Liverpool University Press, 2012).
- Rose, Nikolas, "Politisk styrning, auktoritet och expertis i den avancerade liberalismen", *Foucault: namnet på en modern vetenskaplig och filosofisk problematik*, red. Kenneth Hultqvist & Kenneth Petersson (Stockholm: HLS Förlag, 1995), 41–59.
- Rudberg, Eva, *Uno Åhrén: En föregångsman inom 1900-talets arkitektur och samhällsplanering* (Stockholm: Statens råd för byggnadsforskning, 1981).
- Sassen, Saskia *The global city: New York, London, Tokyo* (Princeton: Princeton University Press, 1991).
- Sernhede, Ove & Thomas Johansson, "Postindustrialism, globala städer och migration", *Storstadens omvandlingar: Postindustrialism, globalisering och migration. Göteborg och Malmö*, red. Sernhede & Johansson (Göteborg: Daidalos, 2006), 9–22.
- Shiel, Mark & Tony Fitzmaurice red., *Cinema and the city: Film and urban studies in a global context* (Oxford: Blackwell Publishing, 2001).
- Short, John Rennie & Yeong-Hyun Kim, *Globalization and the city* (New York: Addison Wesley Longman, 1999).
- Simmel, Georg, *Hur är samhället möjligt och andra essäer* (Göteborg: Bokförlaget Korpen, 1995).
- Snickars, Pelle, *Svensk film och visuell masskultur 1900* (Stockholm: Aura, 2001).
- Snickars, Pelle, "'Bildrutor i minnets film': Om medieprinsen Wilhelm och film som käll- och åskådningsmaterial", *Det förflutna som film och vice versa*, red. Pelle Snickars & Cecilia Trenter (Lund: Studentlitteratur, 2004), 209–244.
- Snickars, Pelle "Om utställningen som mediearkiv", *1897: Mediehistorier kring Stockholmsutställningen*, red. Anders Ekström, Solveig Jülich & Pelle Snickars (Stockholm: Mediehistoriskt arkiv, 2006), 125–163.
- Snickars, Pelle, "Remarks on a failed film archival project", *Journal of Scandinavian Cinema*, vol. 5 nr 1 2015, 63–67.
- Snickars, Pelle & Cecilia Trenter red. *Det förflutna som film och vice versa* (Lund: Studentlitteratur, 2004).
- Stam, Robert, Robert Burgoyne & Sandy Flitterman-Lewis, *New Vocabularies in Film Semiotics: Structuralism, Post-structuralism and beyond* (1992; London/New York: Routledge, 2002).
- Statens råd för byggnadsforskning, *Storstädernas stadskärnor: Dokumentation från ett seminarium om problem och forskningsbehov för cityplaneringen i storstadsregionerna* (Stockholm: Byggnadsforskningsrådets storstadsgrupp, 1983).
- Stigsdotter, Ingrid, "Moderna Malmö", "Skosmörja eller arkivdokument?": *Om Film-arkivet.se och den digitala filmhistorien*, red. Mats Jönsson & Pelle Snickars (Stockholm: Mediehistoriskt arkiv, 2012), 195–209.
- Stigsdotter, Ingrid, "Genre in i-media-cities: Urban imagery and film categorization", *i-media-cities: Innovative e-environment for research on cities and the media*, red. Teresa-M Sala & Mariona Bruzzo (Barcelona: Edicions de la Universitat de Barcelona, 2019).
- Stjernholm, Emil, "Visions of post-independence India in Arne Sucksdorff's documentaries", *BioScope*, vol. 8 nr 1 2017, 81–102.
- Stjernholm, Emil, *Gösta Werner och filmen som konst och propaganda* (Lund: Mediehistoriskt arkiv, 2018).
- Strömberg, Thord, "New logo. Industristaden byter skinn", *Sakta vi gå genom stan: Stadshistoriska studier tillägnade Lars Nilsson*, red. Mats Berglund (Stockholm: Stockholmia förlag, 2005), 280–309.
- Svenska institutet, *Films about Sweden 1967/1968*, (Stockholm: Svenska institutet för kulturellt utbyte med utlandet, 1967).
- Svenska institutet, *Swedish short films* (Stockholm: Svenska institutet, 1976).
- Svenska turisttrafikförbundets centralkommitté, *Turismen i Sverige: Föredrag vid konferens med ordförandena i de regionala turisttrafikorganisationerna 8–9 november 1960* (Stockholm: Svenska turisttrafikförbundet, 1961).
- Sveriges film och videoproducenter, *Förteckning över medlemsföretag i SVIP: Sveriges film- och videoproducenters förening*, (Dandery: SVIP, 1984).
- Swyngedouw, Eric, Frank Moulaert & Arantxa Rodriguez, "Neoliberal urbanization in Europe: Large-scale urban development projects and the New urban policy", *Antipode*, vol. 34 nr 3 2002, 542–577.
- Syssner, Josefine *Världens bästa plats? Platsmarknadsföring, makt och medborgarskap* (Lund: Nordic academic press, 2012), 85–86.
- Söderbergh-Widding, Astrid, *Stumfilm i brytningstid: Stil och berättande i Georg af Klerckers filmer* (Stockholm: Aura, 1998).



- Teste, Staffan, *Guldklappan 40 år: jubileumsskrift* (Stockholm: Sveriges informationsförening & Bildleverantörernas förening, 2003).
- Tistedt, Petter, *Visioner om medborgerliga publik: Medier och socialreformism på 1930-talet* (Höör: Brutus Östlings förlag Symposion, 2013).
- Thomson, C. Claire, *Short films from a small nation: Danish informational cinema 1935–1965* (Edinburgh: Edinburgh University Press, 2018a).
- Thomson, C. Claire, "Here is my home': Voiceover and foreign-language versions in postwar Danish informational cinema", *Nordic film cultures and cinemas of elsewhere*, red. Anna Westerståhl Stenport & Anna Lunde (Edinburgh: Edinburgh University Press, 2019), 141–156.
- Thörn, Håkan *Stad i rörelse: Stadomvandlingen och striderna om Haga och Christiania* (Stockholm: Bokförlaget Atlas, 2013).
- Thörn, Catharina, "Att fiska efter autenticitet", *Göteborg utforskat: Studier av en stad i förvandling*, red. Helena Holgersson et al. (Göteborg: Glänta produktion, 2010), 139–147.
- Vesterlund, Per, *Den glömda mannen: Erik "Hampe" Faustmans filmer* (Stockholm: Stockholms universitet, 1999).
- Vesterlund, Per, "Den svenska modellen: arbetarrörelsen, staten och filmen", *Medier och politik: Om arbetarrörelsens mediestrategier under 1900-talet*, red. Mats Jönsson & Pelle Snickars (Stockholm: Mediehistoriskt arkiv 2007), 207–244.
- Vesterlund, Per, "Förskingrat kulturarv: nedslag i HSB:s filmproduktion", *Välfärdsbilder: Svensk film utanför biografen*, red. Erik Hedling & Mats Jönsson (Stockholm: Statens ljud- och bildarkiv, 2008), 183–203.
- Vesterlund, Per, "Arkivvärde, programvärde, marknadvärde", *"Skosmörja eller arkivdokument?": Om filmarkivet.se och den digitala filmhistorien*, red. Mats Jönsson & Pelle Snickars (Stockholm: Mediehistoriskt arkiv, 2012), 49–66.
- Vesterlund, Per, "Vägen till filmavtalet: Harry Scheins filmpolitiska aktivitet innan 1963", *Nordisk kulturpolitisk tidskrift*, vol. 16 nr 1 2013, 45–67.
- Von Borries, Friedrich, *Who's afraid of Niketown: Nike urbanism, branding and the city of tomorrow* (Rotterdam: Episode publishers, 2004).
- Vonderau, Patrick, "Vernacular archiving: An interview with Rick Prelinger", *Films that work: Industrial film and the productivity of media*, red. Vinzenz Hediger & Patrick Vonderau (Amsterdam: Amsterdam University Press, 2009), 50–61.
- Vonderau, Patrick, "Introduction: On Advertising's relation to moving pictures", *Films that sell: Moving pictures and advertising*, red. Bo Florin, Nico de Klerk & Patrick Vonderau (London: Palgrave, 2016a), 1–18.
- Vonderau, Patrick, "Kim Novak and Morgan Stairways: Thinking about the theory and history of the tie-in", *Films that sell: Moving pictures and advertising*, red. Bo Florin, Nico de Klerk & Patrick Vonderau (London: Palgrave, 2016b), 209–220.
- Wahlberg, Malin, "Inledning: Filmavdelningen – en historisk överblick", *TV-pionjärer och fria filmare: En bok om Lennart Ehrenborg*, red. Tobias Janson & Malin Wahlberg (Stockholm: Statens ljud- och bildarkiv, 2008a), 11–41.
- Wahlberg, Malin, "Smalfilm för bred publik: amatörfilm och filmexperiment i tidig svensk teelvison", *TV-pionjärer och fria filmare: En bok om Lennart Ehrenborg*, red. Tobias Janson & Malin Wahlberg (Stockholm: Statens ljud- och bildarkiv, 2008b), 201–230.
- Wallengren, Ann-Kristin, "Dollartåget", *"Skosmörja eller arkivdokument?": Om filmarkivet.se och den digitala filmhistorien*, red. Mats Jönsson & Pelle Snickars (Stockholm: Mediehistoriskt arkiv, 2012), 229–244.
- Waller, Gregory A., "International Harvester, *Business Screen* and the history of the advertising film", *Films that sell: Moving pictures and advertising*, red. Bo Florin, Nico de Klerk & Patrick Vonderau (London: Palgrave, 2016), 40–53.
- Ward, Stephen V., *Selling places: The marketing and promotion of towns and cities 1850–2000* (London: E & FN Spon, 1998).
- Wasson, Haidee & Lee Grieveson red., *Cinemas military complex* (Oakland, California: University of California Press, 2018).
- Weckbecker, Lars, *Governing visions of the real: The national film unit and Griersonian documentary film in Aotearoa/New Zealand* (Bristol: Intellect, 2015).
- Webb, Lawrence, *The cinema of urban crisis: Seventies film and the reinvention of the city* (Amsterdam: Amsterdam University Press, 2014).
- Wickman, Annika, *Filmen i försvarets tjänst: Undervisningsfilm i svensk militär utbildning 1920–1939* (Stockholm: Stockholms Universitet, 2018).
- Widmark, Henrik, *Föreställningar om den urbana världen: Identitetsaspekter i svensk stadsbild med exemplet Helsingborg 1903–1955* (Uppsala: Fronton förlag, 2007).
- Willim, Robert, *Industrial cool: Om postindustriella fabriker* (Lund: Lunds universitet, 2008).
- Winston, Brian, *Claiming the real: The documentary film revisited* (1996; London BFI/Palgrave Macmillan, 2008).
- Wolff, Janet, "The invisible flâneuse: Women and the literature of modernity", *Theory, Culture & Society*, vol. 2 nr 3 1985, 37–46.
- Zimmermann, Yvonne, "Vom Lichtbild zum Film. Anmerkungen zu Entstehung des Industriefilm", *montage AV: Zeitschrift für Theorie und Geschichte audiovisueller Kommunikation*, nr 1 2006, 74–90.
- Zimmermann, Yvonne, "'What Hollywood is to America, the corporate film is to Switzerland': Remarks on industrial film as utility film", *Films that work: Industrial film and the productivity of media*, red. Vinzenz Hediger & Patrick Vonderau (Amsterdam: Amsterdam University Press, 2009), 101–117.
- Zimmermann, Yvonne red., *Schaufenster Schweiz: Dokumentarische Gebrauchsfilme 1896–1964* (Zürich: Limmat Verlag, 2011).
- Zimmermann, Yvonne, "Dokumentarischer Film: Auftragsfilm und Gebrauchsfilm", *Schaufenster Schweiz: Dokumentarische Gebrauchsfilme 1896–1964*, red. Zimmermann (Zürich: Limmat Verlag, 2011), 34–83.
- Zimmermann, Yvonne, "The avant-garde, education and marketing: the making of non-theatrical film culture in interwar Switzerland", *The emergence of film culture: Knowledge production, institution building, and the fate of the avant-garde in Europe, 1919–1945*, red. Malte Hagener (New York: Berghahn Books, 2014), 199–224.

- Zimmermann, Yvonne, "Advertising and film: A topological approach", *Films that sell: Moving pictures and advertising*, red. Bo Florin, Nico de Klerk & Patrick Vonderau (London: Palgrave, 2016), 21–39.
- Zukin, Sharon, *Loft living: Culture and capital in urban change* (Baltimore: Johns Hopkins University Press, 1982).
- Zukin, Sharon, *The cultures of cities* (Oxford: Blackwell, 1995).
- Zukin, Sharon, "Consuming authenticity: From outposts of difference to means of exclusion", *Cultural Studies*, vol. 22 nr 5 2008, 724–748.
- Zukin, Sharon *Naken stad: Autentiska urbana platsers liv och förfall* (Göteborg: Daidalos, 2011).
- Öhnander, Bengt A., *Göteborg under andra världskriget* (Göteborg: Tre böcker förlag, 2005).
- Öhrström, Bo "Urban ekonomisk utveckling. Platsbaserade strategier i den postindustriella staden", *Storstadens omvandlingar: Postindustrialism, globalisering och Migration. Göteborg och Malmö*, red. Ove Sernhede & Thomas Johansson (Göteborg: Daidalos, 2006), 41–85.

### Filmer och tv-serier (i kronologisk ordning)

- Manhatta* (Paul Strand & Chales Sheeler, 1921).
- Boman på utställningen* (Karin Swanström, 1923).
- Göteborgsutställningen utan och innan* (Gustav Berg, 1923).
- Rien que les heures* (Alberto Cavalcanti, 1926).
- Moskva* (Mikahail Kaufman & Ilya Kopalín, 1926).
- Berlin, en storstadssymfoni* (Berlin. *Die Sinfonie der Großstadt*, Walter Ruttmann, 1927)
- Mannen med filmkameran* (*Tjelovek s kino-apparatom*, Dziga Vertov 1929).
- São Paulo: A symphonia da Metr pole* (Adalberto Kemeny & Rudolpho Rex Lustig, 1929).
- Gamla stan* (Stig Almqvist m.fl., 1931).
- Housing problems* (Edgar Anstey & Arthur Elton, 1935).
- Det nya Göteborg* (AB Kinocentralen, 1938).
- TVÅ  r i varje klass* (Sigurd Wallén, 1938).
- HSB i ord och bild* (Filmo, 1939).
- Staden vid Göta  lv* (Per G. Holmgren, 1938).
- Där väg och v gar m ts* (AB Kinocentralen, 1940).
- Vi Masthuggspojkar* (Nils Jerring, 1940).
- Din Stad – En film om Göteborg* (Sven Andersson, 1942).
- Människor i stad* (Arne Sucksdorff, 1947).
- När ängarna blommar* (Erik "Hampe" Faustman, 1946).
- Sveriges port mot väster* (Niklas Skoglund, 1946).
- Staden vid Västerhavet* (Niklas Skoglund, 1946).
- V rt mål* (Filmo/Olof Calderon, 1946).
- Tåget* (Gösta Werner, 1948).
- Helsingborg* (Niklas Skoglund, 1950).
- Indisk by* (Arne Sucksdorff, 1951).
- Dollartåget* (Håkan Cronstioe, 1953).
- Att döda ett barn* (Gösta Werner, 1953).
- Salabygd* (Håkan Cronstioe & Sven Norling, 1953).
- Vinden och floden* (Arne Sucksdorff, 1953).
- Bronsålder* (Lars Krantz, 1955).
- En dag i staden (Världen genom kameraögat)* (Pontus Hultén & Hans Nordenström, 1956).
- Noget om Norden* (Bent Barfod, 1956).
- Den gyllene porten* (Håkan Cronstioe, 1957).
- Guld och gröna skogar* (Gösta Werner, 1959).
- Vi väljer Västerbotten* (Gösta Werner, 1960).
- En by ved navn København* (J rgen Roos, 1960).
- Souvenirs from Sweden* (Henning Carlsen, 1961).
- Göteborg – En stad i förvandling* (Håkan Cronstioe, 1962).
- J rgen Roos zeigt Hamburg* (J rgen Roos, 1962).
- Leoparden (Il Gattopardo)*, Luchino Visconti, 1963).
- Stad vid färdeväg* (Gösta Werner, 1961).
- Göteborg – H rtpunkt i Norden* (Håkan Bergström, 1964).
-  ktenskapsbrottaren* (Hasse Ekman, 1964).
- Sveaborg* (Gösta Werner, 1965).
- Ute blåser sommarvind* (Håkan Bergström, 1965).
- Lund* (Gösta Werner, 1967).
- Midnight Cowboy* (John Schlesinger, 1969).
- Oliver!* (Carol Reed, 1968).
- The French connection* (William Friedkin, 1971).
- Göteborg* (Mike Simon & Johnny Schwerin, 1973).
- Albert & Herbert* (Bo Hermansson, 1974–1979).
- Taxi Driver* (Martin Scorsese, 1976).
- Kramer mot Kramer (Kramer vs. Kramer)*, Robert Benton, 1979).
- Annie Hall* (Woody Allen, 1977).
- Manhattan* (Woody Allen, 1979).
- Advantage Sweden* (Sune Lund-S rensen, 1980).
- Gothenburg goes offshore* (Admedia & Intervideo, 1981).
- Stockholm – Nordens Venedig* (Dag Bengtsson, 1981).
- Göteborg – Porten mot väster* (Dag Bengtsson, 1982).
- Gothenburg – Gateway to Scandinavia* (Filmmedia Produktions AB, 1983).
- A west side story* (Intervideo, 1985).
- Haga – Stadsdel i förvandling* (Einar Hansson, 1986).
- Visitors' video: Göteborg = Gothenburg* (Andrew Bowden & Caroline Stockfelt, 1989).
- Den inre hamnen* (Michael Stenberg & Christoffer von Platen, 1990).
- Göteborg – The host of 5th IAAF world championships in athletics* (Dan Ying, 1994).
- Göteborg – The friendly city* (Jan-Olof Fritze, 1997).

*Goteborg – We love you* (Jan-Olof Fritze, 2003).

*Upp till kamp* (Mikael Marcimain, 2007).

*Brottet (Forbrydelsen)*, Søren Svejstrup, 2007–2012).

*go: Meet the world in Gothenburg* (Jan-Olof Fritze, 2010).

*Bron* (Hans Rosenfeldt, 2011–2018).

*One voice* (Göteborg & Co, 2013).

*go: Feel the breeze* (Göteborg & Co, 2014).

*go: to Sea* (Göteborg & Co, 2014).

*Hållbar stad öppen för världen* (Erik Eger, 2015).

*Amatörer* (Gabriela Pichler, 2018).

## English summary

### ***Film in service of the city: Gothenburg 1938–2015***

#### Aim and research context

During the last decade, film and media studies have shown a growing interest in productions other than the feature-length fiction film intended for cinematic and living room exhibition. Focusing especially on films commissioned by public authorities as well as private companies and organizations, ‘useful cinema’ has been suggested for capturing this broad field of films and film practices. In the dissertation ‘Film in service of the city: Gothenburg 1938–2015’, a specific case of useful cinema stands in focus: films about the city of Gothenburg, commissioned and/or funded by municipal bodies. More specifically, the focal point of the study lies on what is labelled ‘municipal city-films’. The concept of the ‘city-film’ has a self-evident place within film history and ranges from the artistic and formally innovative so-called city symphonies of the interwar period, to brief and often more instrumental city portraits. This dissertation focuses on the latter, that is, films commissioned by the municipality that give a more or less well-defined portrait of the city of Gothenburg.

The studied films are related to broader municipal activities such as propaganda, promotion, information, and marketing. However, the films are not labelled beforehand, but the way they were discussed and used, their purpose and intended target groups, are studied empirically. Previous research has pinpointed the 1930s as a period of growing interest in propaganda and promotional activities among private as well as public interests, with the filmic medium as an integrated part. During these years, the foundation was also laid for the Swedish welfare state, which was fully implemented in the decades following the war.

The aim of the study is to map and analyze the production of municipal city films in Gothenburg between 1938 and 2015 in relation to economic



and political changes of the city. The focus lies both on the commission, distribution, and screening of the studied films and on the manner in which the city of Gothenburg is represented. In this, the study departs from three larger questions:

- How have the time-bound means of expression of commissioned films, as well as forms of production, distribution, and exhibition, affected the studied film practices and the way the city is represented?
- How is the image of Gothenburg and its inhabitants constructed?
- How have the municipal film practices and the constructed image of Gothenburg functioned as a means of governing the city and its inhabitants?

The study covers a total of fourteen larger film projects as well as several shorter films from the later part of the period. The films in question were not assigned beforehand but appointed during the archival research. A number of the older films can be accessed through Stockholm's national archives. If they were screened in cinemas or schools, however, their commissioners are seldom explicitly stated within the films. Thus, to specify to role of the municipality in their production, local archival material in Gothenburg was necessary in most cases. Local archives also offered film material that could not be found in their national equivalent.

The study departs from and contributes to three different research fields. Firstly, the emerging research field on different kinds of useful cinema and commissioned films. The study of useful cinema has entailed a number of new approaches to film historical research, echoing those of the so-called New Film History of the late 1970s onwards. These approaches are fundamental to this thesis and include an analytical move beyond the filmic text per se to its wider contexts of pre-production, distribution, and exhibition. They also include a shift from questions of artistic authorship to how films were produced to fulfil aims within a commissioning organization. Furthermore, they transcend the concept of the theatrical screening context as a privileged site of study, and instead envelop a broad range of screening situations beyond the cinema. Following these approaches, new types of archives and archival material that have seldom been used in film historical research are brought to the forefront of the inquiry. However, the studies of useful cinema have predominantly been focused on analogue film, and few of them have analyzed films made after the 1960s. In this dissertation, the examined period is longer, and films produced and distributed on analogue film as well as on video and digital formats are studied.

Secondly, the thesis connects with the research field on the relation between audiovisual media and cities and urban milieus, what sometimes has been labelled as 'the cinematic city'. Within this field, the focus has to a large extent been on the metropolis, specifically cinematic cities such as Berlin, Paris, and New York, and on a selection of canonized feature films and documentaries. The focus of the dissertation is on a city of modest size with international standards and on a less artistically and seldom systematically studied kind of film.

Thirdly, this dissertation has ties with a tradition of critical urban theory, emerging from scholars such as David Harvey and Henri Lefebvre. According to Harvey, the global economic restructurings following the 1970s had a profound impact on the mode of urban governance in cities around world. In one of his highly influential works, he described this as a transformation from 'managerialism to entrepreneurialism'. Prior the mid 1970s, the focus of many cities' politics was on welfare provision. Thereafter, it shifted towards a more entrepreneurial way of securing economic growth with different types of marketing as a pivotal part. Previous research on municipal propaganda, information, and marketing has largely been focused on the later period. This thesis provides a longer historical perspective on these activities, studying them during the welfare period and throughout their shift to become part of the more entrepreneurial way of urban governance during the last decades of the 20<sup>th</sup> century. In relation to earlier research, the thesis also has a wider medial scope, where film and other audiovisual media stand in focus.

## Methodological and theoretical framework

The methodological and theoretical approach of the study is derived from the emerging research on useful cinema. The films and film practices studied are mapped and analyzed from a pragmatic premise, where pre-given labels, medial formats, and screening context are abandoned, opening up for both heterogeneity and contradictions. In this, the three 'A:s' suggested by Thomas Elsaesser have been especially important. According to Elsaesser, a first point of departure in the study of useful films is to map their 'Auftraggeber' (Who commissioned the films?), their 'Anlass' (What was their purpose?) and their 'Adressat' (Who was their intended audiences?). In this thesis, the A:s are combined with the three 'T:s' suggested by Patrick Vonderau: 'topographies', 'transient objects' and 'topoi'. This includes a focus on the specific and often very temporary contexts within which the films were screened, to understand useful films as fleet-

ing and constantly re-versioned objects rather than fixed and isolated text, and finally, to map the appearance of different topoi, recurring motives, and formal and rhetorical features, within the study body of films. In this study, the concept of topoi has functioned as a way of analyzing how the image of the city and its inhabitants have been constructed throughout the studied period and how it has changed over time. In studying the municipal use of film and the way different target groups were addressed within specific screening contexts, the study also departs from the two concepts of 'dispositif' and 'governmentality', as they have been theorized in for example the late works of Michael Foucault. In this, the studied films are related to the wider governing practices of the municipality and how they transformed during the studied period.

## Empirical chapters

The study consists of ten chapters: three introductory, six empirical, and one concluding. The six empirical chapters follow the studied period from 1938 to 2015 in chronological order.

### Chapter 4

In the first empirical chapter, two film projects are analyzed: *Staden vid Göta älv* ('The city by the Göta River') (1938) and *Sveriges port mot väster/ Staden vid Västerhavet* ('Sweden's gate to the west'/ 'The city by the western sea') (1946). The first film was commissioned by the local tourist organization but was mainly funded by the municipal board. The film was produced to attract tourists to Gothenburg. It was screened as a pre-feature film and in the program of shorts at cinemas around Sweden. On a formal level, the film gives what can be seen as a rather dated portrait of the city. The history of the city is recurrently stressed in the film, often in connection to the Swedish nation-state. Little is said about the city's future development and emerging welfare politics, but this can be understood in relation to the limited role of the municipality during the pre-production. Although the film was mainly aimed at target groups outside of the city, it received extensive attention from the local public when screened at the Gothenburg cinemas.

For the second project in the chapter, the municipal board took on a more active role. The project had an extensive budget and was funded entirely by the municipality. It was initiated and produced by the production company Filmo, which was founded in the late 1930s by the Swedish

labor movement and had close ties to the Social Democratic Party. The project resulted in two films with different titles, however produced from the same film material. The shorter version, *The city by the western sea*, was mainly intended for cinematic exhibition and international distribution. The longer main-version of the film, *Sweden's gate to the west*, was predominantly aimed at the city's own inhabitants, with the purpose of broadening their knowledge about the municipal welfare provision and what they got in return for their tax payment, as well as to strengthen the bonds between the inhabitants and municipal authorities. The longer version of the film gives a rather detailed portrait of the city and its welfare development, including the construction of new housing, schools, improvements in healthcare, the fire brigade, and so on. The city's harbor, shipbuilding, and manufacturing industries also play a central part. The film can be seen as both a means to and a representation of what Foucault calls pastoral power, where the city takes responsibility for the city and its inhabitants from birth to senescence. However, it is unclear to what extent it was actually screened for the city's inhabitants. Despite the project's ambitions, there were few screening contexts for this type of film within the municipality, where a dispositif could be created for governing the image of the city.

### Chapter 5

During the 1950s and 1960s, the economy in Sweden as well as in Gothenburg flourished, and the two decades are often seen as the peak of the Swedish welfare expansion in the post-war period. The first film analyzed in chapter 5, *Den gyllene porten* ('The golden gate') (1957), was in a similar manner as *The city by the Göta river* from 1938, produced on commission by the local tourist organization. Again, the municipal board funded the larger part of the project. The film was mainly intended for tourists. It was not screened at cinemas but in a number of non-theatrical contexts both within Sweden and abroad. Both the domestic and non-domestic distribution was to a large part run via the film department of the Swedish National Railway company.

If the municipal board had a limited role in the pre-production of *The golden gate*, it was decidedly more active in the process leading up to the second film discussed in chapter 5: *Göteborg – Hjärtpunkt i Norden* ('Gothenburg – The heart of Scandinavia') (1964). The aim and scope of the project was far-reaching. Initially, it was discussed as part of broader propaganda efforts, as a way of promoting the city's business. This was seen as crucial

in light of deepening competition within the European market during the early 1960s. The word ‘propaganda’ was still used in a rather neutral term and the principal target group for the film was business companies abroad. During the pre-production, however, several aims and target groups were added: tourists, domestic industries, and school children both in Gothenburg and around Sweden. At least two film versions were produced, one primarily aimed at industries and one at targeting tourists. Both were made in foreign languages. Both versions were screened at cinemas around Sweden. They also had a wide non-theatrical distribution via private and public distribution channels. They were, for example, available for classroom screenings in schools around Sweden for over a decade. The mapping of how these two films were distributed offers new insight to the circulation of commissioned films both within Sweden and abroad that has seldom been studied systemically. Especially the mapping of *Gothenburg – The heart of Scandinavia* sheds new light on how a film of this sort was screened in different contexts, both at cinemas, within welfare institutions such as schools, and abroad. The two versions of the film have a similar basic structure, centered around a young blond woman, in line with an international cliché of Sweden, and a young city planner, who from his office shows the viewer different parts of the city. The version intended for industries has a greater emphasis on the city’s harbor and industrial activities, whereas the touristic version focuses more on the city’s attractions. Both, however, are consistently framed in relation to the city’s expanding welfare as presented by the city planner. The figure of the city planner can be seen as an almost too obvious representation of the planning ambition of the welfare state and a form of biopolitical governance, with statistics and scientific expertise as central components.

### Chapter 6

The late 1960s and early 1970s saw the rise of an expanding interest in public and municipal information in Sweden. This can be understood in relation to a growing critique of the far-reaching planning ambitions of the welfare state, with a wide distance between planning and inhabitants. In this, public information was seen as a tool of meeting this critique. Gothenburg founded a new municipal information department in 1971. This department coordinated the film project that is analyzed in chapter six: *Göteborg* (‘Gothenburg’) (1973). The initial aim of the film was to provide information about the city to target groups such as tourists and industries abroad. In contrast to earlier films, where the role of the

municipality in the commissioning process was never mentioned, their involvement was clearly stated in this case. The financial contribution by mainly private companies, on the other hand, was not mentioned.

With handheld cameras and synchronized sounds, the film style bears greater similarities to the new waves of documentaries that saw the light during the 1960s than with the films discussed in previous chapters. In contrast to the earlier films, it also lacks voice-over, which can be seen as a way of moving beyond the authoritarian tone of previous films. However, the decision to not use voice-over was discussed during the pre-production as a way of simplifying and cutting the cost for international distribution, not having to produce several versions in different languages. Despite the initial aim of showing the city for international tourists and industries, in Sweden it was largely distributed to schools and non-profit organizations. Within these contexts, complaints were raised around the lack of voice-over as the film didn’t fulfil demands of straightforward information about the city. The case of *Gothenburg* clearly shows the intricate relation between initial aims and target groups and how a film was used in the end, and between economic considerations, material factors of analogue film, aesthetics, and reception in specific screening contexts. Being produced in 1973 and giving the shipbuilding industries a prominent place in the introduction, the film also gives insight into the city’s confidence just prior to the oil crises.

### Chapter 7

The global economic crises of the mid 1970s had a fundamental impact on Gothenburg’s economy and especially its shipbuilding industries. During the early 1980s, a number of new municipal organizations and companies were formed in collaboration with the local business sector, with the aim of marketing the city. Among them was the Gothenburg Region Promotion Office (GRPO), which in the first half of the decade coordinated three extensive film projects about Gothenburg. First out was *Gothenburg goes offshore*, developed to promote the production of platforms and other structures and components of the offshore oil industry. For a few years in the early 1980s, this was seen as a possible new path for the city’s crisis-ridden shipyard business. The film had a comprehensive budget and was completely funded by companies within the business sector in question. However, the film screening was limited, mainly involving a number of international offshore fairs in the early 1980s. Contributing companies also got video copies of the film. Given the commercial aim and screening



contexts of the film, it has a more clearly outspoken promotional tone compared to earlier films. The second film produced on commission by GRPO, *Gothenburg – Gateway to Scandinavia* (1983), has many similarities with *Gothenburg goes offshore*, but this time the city's transport sector was in focus. Neither films have left any traces in the national film archives or databases. Both of them, as well as extensive files from pre-production, are available in the Regional archive in Gothenburg. The third film commissioned by GRPO, *A west side story* (1985), couldn't be located, neither in the local nor in the national archives. The saved files from the pre-production show multiple aims and target groups with the intention of giving a broader portrait of the city and not just one of its business sectors.

Parallel to work within GRPO, the informational department continued its work during the 1980s and coordinated one film project in the early 1980s: *Göteborg – Porten mot Väster* ('Gothenburg – Gateway to the west') (1982). It was mainly aimed for screening in schools and non-profit organizations around Sweden. The film's budget was limited, and it has simple stylistic expression. The grim economic situation of the city is not outspoken in the film, but it has a rather modest argumentation about the city and its development.

The films discussed in the chapter, and especially those commissioned by GRPO, show something of the pre-history of the entrepreneurial mode of urban governance that was more broadly implemented in the early 1990s in many Swedish cities. In comparison with earlier projects, the films of GRPO were more commercial orientated with the clear aim of marketing the city and specific business sectors. At the same time, they seem to have been an attempt to find a solution on the crises within the earlier economic system rather than finding new ways for developing the city's economy.

### Chapter 8

In 1991, the municipal company Göteborg & Co was formed to promote the city towards tourists and attract congresses and large-scale events to Gothenburg. During the 1990s and early 2000s, three larger film projects were produced by Göteborg & Co: *Göteborg – The friendly city* (1997), *Göteborg – We love you* (2003), and *go: Meet the World in Gothenburg* (2010). All were produced in a number of different versions. The film material of each project was also included in databases of audiovisual material that was offered to journalists and used in producing tailored films for specific occasions and events. To a higher degree than earlier films, the ones produced

by Göteborg & Co can thus be seen as the kind of transient objects Vonderau suggested as a central feature of many useful films.

With the three films produced by Göteborg & Co, a clear break can be seen in the way the city is represented. The films have an outspoken promotional ambition and are concentrated on tourism, events, and consumption, with a strong focus on the public space of the central city. In earlier films, the city was portrayed as a whole, often with the recurring temporal structure 'A day in the city'. The three films of Göteborg & Co give a more fragmented view of the city, with fast editing and an abundance of impressions from the city and its large-scale events. They are also filled with written words telling the viewer about the offerings of the city and how it should be experienced. The audiovisual material produced by Göteborg & Co up until 2010 can therefore be considered as a new type of municipal city-film that should be understood in relation to the entrepreneurial mode of urban governance that was implemented in the early 1990s.

### Chapter 9

In the years around 2010, the municipal marketing and communication activities in Gothenburg underwent profound changes. These changes can, among other things, be read in the light of both Richard Florida's influential but highly controversial theory of the so-called creative class, as well as the rise of social media and new digital platforms that gave rise to new ways of producing and circulating audiovisual material.

In the early 2010s, Göteborg & Co launched a new marketing strategy for the city. Its aim was to have all stakeholders within the tourist sector promote the city in a similar way. New guidelines were put forward on how the city should be promoted in different types of (audio)visual media. The style of the guideline stands in stark contrast to the earlier marketing efforts of Göteborg & Co. If the films discussed in chapter 8 had a strong focus on large-scale events and the crowds of the city's public space and promoting the plenitude of offerings in a straightforward manner, the new guidelines try to construct a more authentic view of the city, with a focus on smaller events and with a less spectacular stylistic expression. In line with the new guideline, several shorter films were produced in the following years. For this, a new database with audiovisual material was developed, giving the possibility to create and re-create short-lived films for specific occasions for distribution on social media and other digital platforms.

A few years later, the communication department of the municipality put forward a new platform and new guidelines for the communication of all municipal departments and bodies. To concrete these guidelines, a four-minute film was made: *Hållbar stad öppen för världen* ('Sustainable city open to the World') (2015). The film put strong emphasis on Gothenburg's historical role as a harbor city, something that was seldom mentioned in the films from the 1990s and early 2000s. The historical role of the harbor is used as a way of constructing the city and its inhabitants as open to international influences. The pluralism of the city's inhabitants is stressed, where everyone, no matter if they operate within international cooperation or within the service sector, works together for the future development of the city. This can be understood as a way of promoting the city's openness in a global economy and as well as to discursively include all the city's inhabitants in the constructed image of the city. The two new platforms for marketing and communication within Göteborg & Co along with the communication department can be read as ways of trying control and govern the city's image. In this, the inhabitants may be considered as both a part of and a target group for the brand of the city.

## Conclusions

Through a close examination of the commissioning process, the distribution, and exhibition of the aforementioned films, the dissertation contributes to the emerging field of useful cinema, as well as to studies of municipal propaganda, information, and marketing in a number of ways. In this, Elsaesser's three A:s have functioned as a fruitful starting point. However, the mapping shows that they are not always easy to pinpoint, even when rich archival material is available. When it comes to more lavish kinds of useful films, which many of the studied films can be seen as, a number of stakeholders participate in the funding and pre-production. Specifying the actual commissioner proved challenging, and the mapping of the funders was often as important as pinpointing the commissioner.

Many of older films were produced with a multitude aims and target groups, and often the films were re-edited for specific screening contexts. This shows the advantage of the pragmatic approach of the study and for the importance of combining Elsaesser's three A's with the two first of Vonderau's T's, topographies and transient objects. By mapping both the pre-production process and the way the films move through different screening contexts, it is possible to show the ambiguity that characterizes

many useful films. It further shows the fleeting boundaries between concepts such as propaganda, information, and marketing.

Although many of the older projects have defined titles and authors, they are marked by a transient character in that they were re-edited or in other ways tailored for specific screening contexts and target groups. This transient make-up of the films increased in the 1990s onwards but could to some degree also be seen in the earlier films. The results of the study also show that the fleeting nature of many useful films seldom has been acknowledged by the traditional, often national, film archives. Although some of the earlier films studied are found in the national archives, the study clearly demonstrates that these archives only function as a first starting point when different types of useful cinema and commissioned films are studied.

When it comes to the manner in which the city of Gothenburg has been represented, a number of changes but also some continuity can be seen. Many films up until the 1980s have similar titles, with a focus on Gothenburg's spatial position within Scandinavia and its function as a gate to and from Sweden. This can be read in relation to the central role of governing circulation of goods and capital within the welfare-state economy. The titles of the films produced in 1990s and early 2000s tell nothing about the city's spatial relations, rather focusing on its welcoming atmosphere. The same goes for how the image of the city's inhabitants is constructed. Sometimes, for example in the films from the 1940s, they were described as skilled labor force. In the films from 1990s and early 2000s, they were instead portrayed as part of the city's friendly atmosphere and large-scale events. This demonstrates the changing position of production and consumption within the city's economy through the studied period.

It is also obvious that the city's history has been used in a strategic way in the studied films, to construct a contemporary argument about the city and its inhabitants. In some of the earlier films, it was used to place the city within the history of the Swedish nation-state. In others, especially *Sustainable city open to the world*, Gothenburg's history as a harbor city helped construct an image of the city and its inhabitants as notably open to international influences. In conclusion, the study demonstrates that the way the image of the city and its inhabitants has been constructed and transformed throughout the studied period, and the way different aspects of the city, its history, spatial relations and so on, have been used in this construction, can be read in relation to broader economic and political changes in the city.

## Tack!

Strax efter klockan nio på morgonen 7 januari 2020 tog jag en bild av entrén till Kungliga biblioteket i Stockholm och publicerade den på Instagram: ”Idag börjar arbetsåret då avhandlingen ska bli klar!” Vi hade en månad tidigare fått vårt andra barn och jag såg framför mig hur forskarsalen på KB under våren skulle bli en lugn oas där jag dag för dag skulle kämpa på med att få ihop ett manus till mitt planerade slutseminarium i juni. I min stockholmska exil från institutionen och doktorandmiljön i Göteborg fanns på KB också något av ett socialt sammanhang: kollegor från olika discipliner, bekanta att luncha eller dricka kaffe med och stammasar i forskarsalen att nicka god morgon till. Under våren skulle det även bli resor till Göteborg för handledning och några sista arkivbesök. Föga anade jag hur året skulle präglas av en pandemi och att jag till stor del skulle komma att skriva klart avhandlingen vid det lilla skrivbordet i vårt sovrum i lägenheten i Sätra.

Men trots att mitt sista år av avhandlingsskrivande blev än mer isolerat än jag hade trott på förhand, finns det en lång rad personer att tacka, utan vars hjälp avhandlingen inte kunnat bli vad den blev eller som på andra sätt bidragit under dessa år. Ett första tack, naturligtvis, till mina två handledare Mats Jönsson och Catharina Thörn, som med noggrannhet och skarpa läst och kommenterat allt från ofärdiga utkast och idéer till den nästan färdiga texten. Tack för att ni fått mig att tro att det ändå skulle kunna bli en avhandling när jag själv har tvivlat. Tack till Catharina för att du följde med när arbetet utvecklades åt nya håll och för alla samtal under årens lopp. Tack till Mats för ditt stora engagemang och för att du generöst inkluderat mig i samarbeten vid sidan om avhandlingen – än finns det många aspekter av den lokala filmhistorien att utforska! Tack också till Mats Björkin och Lawrence Webb för handledningsinsatser under den första trevande fasen.

förslag om vad som kunde förbättras vid mitt slutseminarium. Tack för en givande dag vid en kritisk punkt i arbetet! C. Claire Thomson, University College London, kommenterade och gav en internationell forskarblick på ett avhandlingskapitel vid doktorandperiodens mitt – stort tack! Tack också till Ola Stockfelt och Mischa van Kan som från den tränade musikvetarens perspektiv gav kommentarer och bra synpunkter på några av de filmer jag skrivit om. Tack till Helena Holgersson för alla samtal och samarbeten under åren och för engagerade och gedigna läsningar både av manuset till slutseminariet och under de sista skälvande dagarna. Ett tack går även till Lisa Hellman och Klara Goedecke för noggrann korrekturläsning under den sista fasen av arbetet. Maja Loiske har designat kartorna i boken och jag är skyldig henne ett stort tack. Det är jag även till Patrik Lundell, Andreas Nyblom och Johan Laserna på Mediehistoriskt arkiv. Tack till Andreas för pregnant och genomtänkta förslag om vad som kunde förbättras för att lyfta manuset i slutskedet. Tack till Johan för ett tålmodigt och lyhört arbete med bokens fina formgivning.

Personalen vid ett antal arkivinstitutioner och bibliotek har varit till stor och värdefull hjälp för att jag skulle kunna hitta fram till mer eller mindre obskyrt material. Tack till alla er som har hjälpt mig vid Regionarkivet i Göteborg, Göteborgs stadsmuseum, Riksarkivet i Göteborg och Stockholm, Humanistiska biblioteket vid Göteborgs universitet, Svenska Filminstitutets arkiv och bibliotek och Kungliga biblioteket. Ett särskilt tack till Helena Mattisson vid Regionarkivet som låtit mig ta del av oförtecknat material och som gav ovärderlig hjälp på distans när pandemi-restriktionerna förhindrade resor till Göteborg. Tack också till Manne Wernemyr och Ida Rådegård för hjälp med filmsamlingarna vid Göteborgs stadsmuseum och till Kalle-Magnus Johansson, Riksarkivet i Göteborg, för distanshjälp under slutskedet av arbetet. Mischa Gavrusjov har delat med sig av personlig kunskap kring den myllrande lokala mediehistorien, låtit mig ta del av handlingar från filmbolaget Cinag och inte minst bidragit med fint bildmaterial till boken – stort tack!

Doktorandkollegorna vid Institutionen för kulturvetenskaper: Christine Sjöberg, Lina Palmqvist, Anders Dahlgren, Olga Nikolaeva, Mischa van Kan, Kata Szita, Evelina Johansson-Wilén, Susanna Rolfsson Eliasson, Elias Mellander och Anders Westerström; tack för skarpa läsningar och synpunkter under mina doktorandseminarier och för lunchsamtalen på Vera Sandbergs Allé. Tog någon hand om vykortsväggen vid flytten? Ett särskilt tack till Anders Dahlgren för samtal om allt från fotboll och skidor till urbanhistoria. Tack till Elias Mellander för kattvaktande, givande undervisningssamarbeten och Olskrokens bästa fester.



Tack också till Elias, Lina, Christine, Evelina och Anders för noggranna korrekturläsningar och bra kommentarer under arbetets slutskede. Och Lina och Susanna: jag hoppas att vi hittar möjligheter att fira att vi tog oss igenom doktorandtiden, när det nu blev som det blev med disputationstesterna under 2020 och våren 2021. Vi får hoppas att restriktionerna har lättat när Christine disputerar och att hon ordnar en hejdundrande fest.

Tack till Åsa Bergman, Kerstin Ahlskog Arbaeus, Catharina Thörn, Helena Holgersson, Mats Jönsson och hela filmvetarkollegiet för möjligheten att undervisa inom en rad olika ämnen. Gunilla Zachau, Alf Björnberg och Erika Alm har alla hjälpt till med allt det praktiska runt omkring doktorandutbildningen. Ett särskilt tack till Gunilla som varit ett tålmodigt stöd under krävande faser.

Vid sidan om avhandlingsarbetet har jag inom ramen för projekten Filmens Göteborg och Tidernas Göteborg fått möjligheter till praktisk tillämpning av den kunskap jag ackumulerat under avhandlingsarbetet. I synnerhet samarbetet inom Filmens Göteborg har visat på möjligheterna till ömsesidiga utbyten av kunskap mellan forskning och arkiv- och museisektorn. Tack till Marie Hellervik och Manne Wernemyr på Göteborgs stadsmuseum, Karl-Magnus Johansson på Riksarkivet i Göteborg, Lisa Sputnes Mouwitz på Medicinhistoriska museet, Fiffi Myrström på Bohusläns och senare Värmlands museum och Mattias Bäckström på NTNU i Trondheim.

Jag vill även tacka Emil Stjernholm och Fredrik Norén för ett givande arbete med antologin *Efterkrigstidens samhällskontakter* – med hopp om fler samarbeten i framtiden! Pelle Snickars gav mig möjlighet att presentera tidig empiri från avhandlingen inom ramen för projektet Filmarkivforskning. Ann Ighe och Marit Kapla, dåvarande redaktörsduo på tidskriften *Ord&Bild*, skapade förutsättningar till att få arbeta med material från avhandlingen och prova idéer i ett sammanhang utanför akademien. Tack till dem och till hela redaktionskommittén på *Ord&Bild* för ett stimulerande intellektuellt sammanhang under åren.

Flera stiftelser har bidragit ekonomiskt under min doktorandtid. Tack till Holger och Thyra Lauritzens stiftelse för flera generösa bidrag. Tack också till Helge Ax:son Johnsons stiftelse och till Gunvor och Josef Anérs stiftelse för bidrag till att kunna slutföra arbetet med avhandlingen. Långmanska kulturfonden, Sven och Dagmar Saléns stiftelse och Holger och Thyra Lauritzens stiftelse har bidragit till avhandlingens tryckkostnader. Jonseredsstiftelsen/Anna Ahrenbergs fond skapade möjligheter till arbetsro under en fin junimånad i Villa Martinsson i Jonsered, som kom att få stor betydelse för mig.

En lång rad personer har bidragit med praktisk hjälp, vänskap och fått mig att tänka på annat än avhandlingsarbetet. Annika Wickman gav mig ett filmvetenskapligt sammanhang i Stockholm och på KB. Tack för samtal, luncher och stöd under arbetets gång! Tack också till Carolina Uppenberg, Olle Uppenberg och KB-ligan, för luncher och fikapausar. Tack till matlaget: Maja Loiske, Jonas Loiske, Emil Selmeryd och Lena Gollvik. Tänk den tid då vi alla bodde i Göteborg och sågs nästan varje vecka! Tack för bästa vardagshänget under Göteborgsåren och med hopp om fler Finlandsresor! Jonas Lindbäck, tack för luncher och kaffe och för att du lyssnat när saker känts tunga. Tack också till Stina Ogbonnaya för bio-besök, Kino-häng och sovplats i Göteborg. Aron Sundell har bidragit med välbehövliga pauser från arbetet, snart borde vi väl kunna få till ett nytt parti *Twilight struggle*? Gertrud, min frus bokcirkel, har erbjudit hejarop och perspektiv på doktorandtillvaron i vått och torrt.

Tack till Bodil och Magnus för avlastning i småbarnstillvaron och för lån av skrivbord på Sankt Paulsgatan när jag behövde arbetsro inför slutseminariet och ännu inte riktigt vant mig vid pandemitillvarons tunna väggar mellan skrivande och tvåbarnsliv. Och till hela familjen Florin och Persson och Florin Ågren: tack för helg- och sommarumgänge på Solbacken. Tack också till Maja och Peter för lån av arbetsplats på Solbacken. Och till Christina för det intresse du visat mina doktorandstudier och för att du digitalt kunde vara med på mitt slutseminarium – det kändes fint att en historiker läste och förstod!

Tack till mina föräldrar Ingrid och Lars och min bror Lars-Johan för allt stöd genom åren, även om det inte var självklart vad de första studierna i filmvetenskap skulle leda fram till. Kanske såddes ett frö till avhandlingsarbetet redan när vi var på friidrotts-VM i Göteborg 1995? Ett särskilt tack till min mor för minutiös korrekturläsning under det sista året av skrivande.

Aina, slutligen: snart är det åtta år sedan vi tillsammans med matlaget stod på vår terrass på Kobbarnas väg och skålade för att jag blivit antagen som doktorand. Tänk allt vi tillsammans varit med om sedan dess – klarade vi av detta, klarar vi allt! Och till våra barn Isak och Rut: den här boken om film och om Göteborg tillägnar jag er.

Sätravarsvägen, Skärholmen, januari 2021

## Turistorganisationer i Göteborg med omnejd 1937–

Göteborgs och Bohusläns turisttrafikförening	(1937–1958)
Göteborgs och Bohusläns turisttrafikförbund	(1960–1969)
Västkustens turisttrafikförbund	(1969–1979)
Västkustens turistråd, förbundet	(1979–1983)
Gothenburg Region Promotion Office	(1980–1991)
Göteborgs turistråd	(1983–1991)
Västkustens turistråd, stiftelsen	(1983–1993)
Westway Sweden AB	(1984–1991)
Göteborg & Co	(1991–

Uppgifterna är i huvudsak hämtade från Ulf Lundbladh, *Göteborgs stads engagemang inom turism- och besöksnäringen*, (Göteborg: Göteborg & Co 2009), men har också bekräftats av avhandlingens material. Gothenburg Region Promotion Office var framför allt inriktat på att utveckla och marknadsföra Göteborgsregionens näringsliv under 1980-talet, men nämns också i Lundbladhs genomgång.

## Bildregister

Omslag, fram	Foto från broschyren ”A film about Göteborg – one of the centres of Scandinavia”, utgiven av stadskansliets informationsavdelning om <i>Göteborg</i> (1973). Reproduktion: Regionarkivet, Göteborg.
Försättsblad	Stillbilder från <i>Staden vid Göta älv</i> (Per G. Holmgren, 1938), <i>Den gyllene porten</i> (Håkan Cronstioe, 1957), <i>Göteborg</i> (Mike Simon & Johnny Schwerin, 1973) & <i>Göteborg – We love you</i> (Jan-Olof Fritze, 2003). Reproduktion: Författaren.
s. 2, 133 & 150–151	Stillbilder från inspelningen av <i>Göteborg – Hjärtpunkt i Norden</i> (1964). Foto: Folke Johansson.
s. 12 & omslag, bak	Ur bildmanus till <i>A west side story</i> (1985). Reproduktion: Författaren.
s. 48	”Stadsfilm”, annons för Europafilm, <i>Reformatorn</i> , 16/2 1939. Reproduktion: Kungliga biblioteket.
s. 73	Filmaffisch till <i>Boman på utställningen</i> (1923). Reproduktion: Svenska Filminstitutet.
s. 93	Brev från A. Gabrielsson, AB Volvo, till Göteborgs och Bohusläns turisttrafikförening, 7/7 1937. Reproduktion: Riksarkivet, Göteborg.
s. 94 & 102	Stillbilder ur <i>Staden vid Göta älv</i> (Per G. Holmgren, 1938). Reproduktion: Författaren.
s. 107	Synopsis till film om Göteborg av Uno Åhrén, 1937. Reproduktion: Riksarkivet, Göteborg.
s. 110	”Drätselkammaren vill inte se Ada i göteborgsfilm”, <i>Arbetartidningen</i> , 12/5 1945. Reproduktion: Kungliga biblioteket.
s. 127	Stillbild ur <i>Sveriges port mot väster/Staden vid Västerhavet</i> (Niklas Skoglund, 1946). Reproduktion: Författaren. Med tillstånd från Annex Media AB.
s. 138 & 142	Stillbilder ur <i>Den gyllene porten</i> (Håkan Cronstioe, 1957). Reproduktion: Författaren. Med tillstånd från Håkan Cronstioes efterlevande.
s. 144	Filmförteckning, SJ, 1965–1966. Reproduktion: Kungliga biblioteket.

- s. 153 ”Planerade göteborgsfilmerna skall ’visa allt’”, *Arbetartidningen*, 30/11 1962. Reproduktion: Kungliga biblioteket.
- s. 159, 162 & 164 Stillbilder ur *Göteborg – Hjärtpunkt i Norden* (Håkan Bergström, 1964). Reproduktion: Författaren.
- s. 166 Inbjudningskort till premiärvisning av *Göteborg – Hjärtpunkt i Norden*. Reproduktion: Författaren.
- s. 169 Filmkatalog AB Svensk Filmindustri 1969–1970, Filmkatalog AB Svensk kulturfilm 1970–1971, Filmkatalog AV-Centralen Malmö skolor 1970 & Filmkatalog, AV-Centralen Karlskrona 1975–1976. Reproduktion: Kungliga biblioteket.
- s. 179 & 187 Stillbilder ur *Göteborg* (Mike Simon & Johnny Schwerin, 1973). Reproduktion: Författaren. Med tillstånd från Göteborgs stad.
- s. 195 Broschyr, ”A film about Göteborg – one of the centres of Scandinavia”, utgiven av stadskansliets informationsavdelning om *Göteborg* (1973). Reproduktion: Regionarkivet, Göteborg.
- s. 205 Reklamblad, ”Vi säljer Göteborg som transportcentrum”, Gothenburg Region Promotion Office. Reproduktion: Regionarkivet, Göteborg.
- s. 207 Stillbild ur *Gothenburg goes offshore* (1981). Reproduktion: Författaren. Med tillstånd från Göteborgs stad.
- s. 217 Elisabet Axås, ”Göteborg ska säljas på video”, *Arbetet*, edition Väst, 30/3 1985. Foto: Jan Erik Jonasson. Reproduktion: Kungliga biblioteket.
- s. 223 & 230 Stillbilder ur *Göteborg – Porten mot väster* (1982). Reproduktion: Författaren. Med tillstånd från Göteborgs stad.
- s. 247 Stillbilder ur *Göteborg – We love you* (Jan-Olof Fritze, 2003). Reproduktion: Författaren. Med tillstånd från Göteborg & Co.
- s. 258 Stillbild ur *go: Meet the world in Gothenburg* (Jan-Olof Fritze, 2010). Reproduktion: Författaren. Med tillstånd från Göteborg & Co.
- s. 270 Stillbild *One voice* (2013). Reproduktion: Författaren. Med tillstånd från Göteborg & Co.
- s. 275 Stillbild från *go: Feel the breeze* (2014). Reproduktion: Författaren. Med tillstånd från Göteborg & Co.
- s. 283 & 287 Stillbilder ur *Hållbar stad öppen för världen* (2015). Reproduktion: Författaren. Med tillstånd från Göteborgs stad.
- Eftersättsblad Kartor över centrala Göteborg och Göteborg med omgivningar. Design: Maja Loiske.

## Personregister

- Acland, Charles R. 321 n49  
 Almqvist, Stig 82  
 Anderson, Benedict 66–67  
 Andersson, Benny 245, 246  
 Andersson, Lars Gustaf 299, 301  
 Andersson, Olof 79  
 Andersson, Åke E. 358 n6  
 Andrén, Gösta 157, 165, 350 n77, 351 n91  
 Aronsson, Peter 332 n85  
 Asklund, Erik 82
- Baudelaire, Charles 190  
 Baudry, Jean-Louis 54–55  
 Beattie, Keith 143  
 Benjamin, Walter 32, 190, 356 n50  
 Bell, Daniel 35  
 Bengtsson, Bengt 31, 59, 82, 99, 101, 119, 142, 146, 313, 365 n38  
 Bengtsson, Dag 219, 220, 222, 223, 226, 228  
 Berg, Gustaf 75  
 Bergsten, Gunnar 175, 176, 189  
 Bergström, Helena 248  
 Bergström, Håkan 149, 152, 165, 351 n97  
 Björkin, Mats 22, 74, 79, 82, 116, 328 n13, 335 n59  
 Björklund, Elisabet 320 n42  
 Blomberg, Eva 78  
 Boberg, Walter 177  
 Bornebusch, Arne 335–336 n62
- Borg, Margareta 170  
 Borodin, Alexander 246  
 Borries, Friedrich von 257  
 Bruno, Giuliana 324 n89, 330 n37  
 Brunson, Charlotte 32, 59  
 Brusman, Mats 337 n79  
 Brömssen, Tomas von 217–218, 228  
 Bush, George W. 242  
 Byström, Gabriel 242, 261–262
- Cowan, Michael 319 n33  
 Cronsioe, Håkan 137, 347 n37, 348 n43
- Dagerman, Stig 321 n43  
 Dahlgren, Anders 256–257  
 Debord, Guy 257  
 Dickens, Charles 59  
 Druick, Zoë 26, 322 n57
- Edquist, Samuel 67  
 Eger, Erik 281  
 Ehrenborg, Lennart 174  
 Ekecrantz, Jan 175  
 Ekman, Hasse 152  
 Ekström von Essen, Ulla 156, 158  
 Elsaesser, Thomas 17, 24, 51, 52–53, 67, 86, 91, 132, 170, 176, 201, 205, 213, 214, 237, 241, 296–297, 299, 313  
 Eriksson, Sven-Göran 246



Falck, Åke 153, 165, 168  
 Falkemark, Gunnar 37-38, 359 n11  
 Faustman, Erik "Hampe" 117, 124  
 Florida, Richard 261-262, 263, 264, 265, 266-267, 268, 272, 276, 277, 280, 292, 311, 358 n6, 367 n8, 367-368 n9  
 Forsberg, Olof 346 n10  
 Fossati, Giovanna 46-47, 327 n138  
 Foucault, Michel 54, 64, 86, 122, 163-164, 309, 329 n20, 331-332 n70, 343 n85  
 Franzén, Mats 35-36, 37-38, 68-69, 250, 251-252, 255, 260  
 Friedberg, Anne 190  
 Fridegård, Jan 124  
 Fritze, Jan-Olof 45, 241-242, 243, 244, 261  
 Furhammar, Leif 81, 295, 330 n49, 335 n61  
  
 Gadd, Stefan 364 n23  
 Gardeström, Elin 27, 316 n6, 323 n68  
 Gavrjusjov, Andrej 132, 148-149, 157, 165, 350 n77, 351 n91  
 Gavrjusjov, Mischa 350 n77  
 Goergen, Jeanpaul 30  
 Gogol, Nikolai 330 n41  
 Gold, John R., 161-162  
 Glover, Nikolas 67, 322 n62, 323 n71  
 Granberg, Mikael 325 n100  
 Greenberg, Miriam 264, 279  
 Grierson, John 24-26, 61-62, 79, 104, 322 n57  
 Gullberg, Anders 371 n7  
 Gunning, Tom 62, 103, 104  
 Gunvall, Per 335-336 n62  
 Gustaf V (kung) 72  
 Gustav II Adolf (kung) 95, 103, 115, 119, 139, 141-142, 157, 158-159, 220, 245, 246, 256, 285, 309  
  
 Habel, Ylva 21, 77, 85, 101, 343 n85, 344 n85, 345 n103  
 Hall, Stuart 66  
 Hansson, Per Albin 27  
 Harvey, David 18, 34-35, 252, 278, 284.  
 Haussmann, Georges-Eugène (Baron) 159  
 Hediger, Vinzenz 17, 21, 23, 53, 328 n13, 333 n14, 349 n57  
 Hedling, Olof 368 n13  
 Hertting, Nils 35-36, 37-38, 250, 251-252, 255, 260  
 Heyman, Tom 233, 259  
 Heymer, Anna 20, 129, 146  
 Hoffsten, Louise 246  
 Holgersson, Helena 239, 268  
 Holmgren, Per G. 91, 92, 94, 103, 105, 106, 108, 113, 295, 335-336 n62, 340 n31, 341 n34, 340 n44  
 Hultén, Pontus 82, 83, 136, 330 n41  
 Håkansson, Gunvald 350 n91  
 Höglund, Gunnar 335-336 n62  
  
 Iversen, Gunnar 336 n71, 341 n50  
  
 Jansson, Gunnar 234  
 Jensen, Pia Majbritt 285-286  
 Jernudd, Åsa 321 n44  
 Jerring, Nils 149  
 Johansson, Göran 233, 236, 259  
 Johnson, Carl Gustaf 91, 92, 113, 340 n44  
 Johnson, Eyvind 82  
 Johnson, Martin L. 324 n85  
 Joyce, James 330 n41  
 Jungen, Ernst 41  
 Jute, Alex 335-336 n62  
 Jönsson, Mats 22, 28, 75-76, 77, 78, 79, 82, 321 n49, 323 n69, 323 n81, 341 n50, 344 n91, 347 n37  
  
 Karl IX (kung) 285, 289  
 Kennedy, Marie 242  
 Kessler, Frank 17, 19, 51, 55  
 Kittler, Friedrich 321 n47

Klercker, Georg af 317 n13  
 Knape, Ulrika 182  
 Koskinen, Maaret 33, 324 n91  
 Källe & Ada 110-111, 119-120  
 Kåring Wagman, Anna 14, 27, 39, 65, 90, 112, 123, 132, 161, 175, 188, 197, 326 n120  
  
 Larsson, Gösta 174  
 Larsson, Stieg 33  
 Latour, Bruno 50  
 Lauritzen, Bertil 126  
 Lebas, Elizabeth 31  
 Lefebvre, Henri 18, 59, 68-69, 161, 252, 259, 288  
 Lindqvist, Janne 58  
 Lindqvist, Sven 323 n68  
 Lindström, Jonas 254  
 Lundgren, Dolph 249  
 Lundkvist, Artur 82  
  
 Mac Fie, Ralph 347 n30  
 Mankell, Henning 368 n13  
 Manovich, Lev 63-64, 238, 243-244, 274, 331 n67  
 Marcimain, Mikael 353 n1  
 Martins Holmberg, Ingrid 37, 227  
 Masson, Eef 19  
 McCann, Eugene 264  
 Milles, Carl 95, 116, 139, 158  
 Mukhtar-Landgren, Dalia 37, 239, 290-291, 308, 311  
 Musiał, Kazimierz 67, 119  
 Mulvey, Laura 189, 356 n47  
 Myrdal, Alva & Gunnar 86, 112, 123  
 Mörner, Cecilia 319 n31  
  
 Nichols, Bill 60-63, 99, 104, 214, 224, 225, 252-253, 284, 331 n59  
 Nilsson, Arne 165  
 Nilsson, Birgit 181, 187  
 Nilsson, Torbjörn 371 n7  
 Nordenström, Hans 82, 83, 136, 330 n41  
  
 Norén, Fredrik 27-29, 79, 132, 323 n76  
 Norling, Sven 347 n37  
  
 Oldsberg, Ingvar 249  
 Oregon, Devin 317 n14  
 Oregon, Marsha 317 n14  
  
 Paalman, Floris 33-34  
 Parikka, Jussi 321 n47  
 Parker, Brenda 266  
 Parment, Gösta 106  
 Peck, Jamie 277  
 Peirces, Charles Sanders 61, 330-331 n53  
 Pichler, Gabriela 294  
 Prelinger, Rick 23, 183, 319 n31  
  
 Qvist, Per Olov 337 n11  
  
 Reed, Carol 59  
 Rice, Tom 322 n55  
 Roberts, Les 33-34, 69-70, 255, 289  
 Roos, Jørgen 83-84, 136, 288, 348 n53, 355 n52  
 Rose, Nikolas 65, 311  
 Ruttmann, Walter 29, 59, 82, 100, 143, 319 n33, 330 n41, 336 n73  
  
 Salming, Börje 248  
 Salt, Barry 117  
 Samuelsson, Johan 82-83, 84, 251  
 Sassen, Saskia 358 n3  
 Schein, Harry 174  
 Simmel, Georg 59  
 Siwertz, Sigfrid 330 n47  
 Skager, Lars-Åke 236  
 Skoglund, Erik 344 n91  
 Skoglund, Gunnar 344 n91  
 Skoglund, Niklas 114, 121, 129, 295, 335-336 n62, 344 n91  
 Snickars, Pelle 22, 31, 59-60, 74, 80, 82, 85, 105, 317 n17, 321 n44  
 Stigsdotter, Ingrid 33, 317 n13, 318 n18, 324 n91

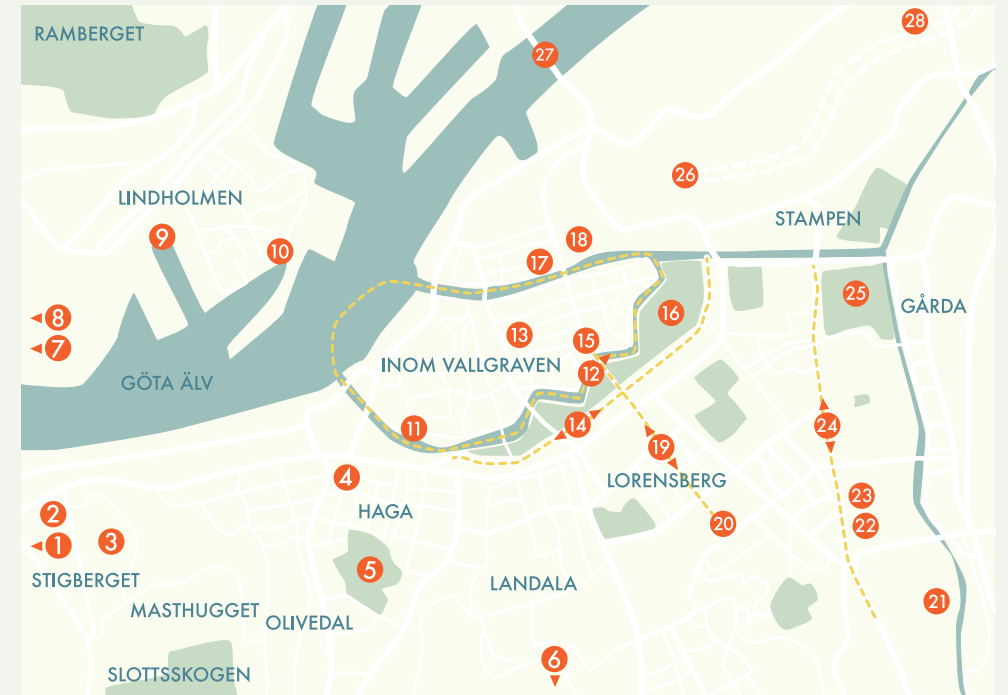
- Stjernholm, Emil 22, 27-28, 50, 80, 83, 132, 152, 320 n42, 321 n49, 323 n5, 329 n28, 330 n51, 346 n19, 346 n27, 349 n56
- Streible, Dan 317 n14
- Strindberg, August 330 n47
- Ström, Knut 111
- Strömberg, Thord 161
- Sucksdorff, Arne 82, 84, 136, 288, 330 n51, 336 n73
- Sundholm, John 299, 301
- Swanberg, Lasse 196
- Syssner, Josefina 337 n77, 337 n79, 365 n49
- Söderbergh Widding, Astrid 299, 301, 317 n13
- Terselius, Fred 134-135
- Thomson, C. Claire 15-16, 19, 21, 50-51, 57, 66-67, 83, 99, 113, 134, 162, 223, 321 n49, 328 n5, 353 n119
- Thulin, Otto 111
- Thörn, Catharina 35-36, 37-38, 250, 251-252, 255, 260
- Thörn, Håkan 37, 86, 87, 123, 157, 331-332 n71, 337 n7
- Tistedt, Petter 112
- Vertov, Dziga 29, 330 n41
- Vesterlund, Per 78, 79, 116, 117, 123, 328 n13
- Visconti, Luchino 152
- Vonderau, Patrick 17, 20, 21, 23, 53, 54, 57, 58, 74, 127, 146, 170, 195, 196, 206, 214, 243, 296, 297-298, 313, 328 n13, 333 n14, 349 n57
- Waade, Anne Marit 285-286
- Wahlberg, Malin 184
- Wallander, Kurt 368 n13
- Wallén, Sigurd
- Wallengren, Ann-Kristin 347 n37, 348 n43
- Waller, Gregory A. 54, 170
- Ward, Stephen 38, 161-162
- Wasson, Haidee 321 n49
- Webb, Lawrence 33, 358 n3
- Werner, Gösta 22, 50, 80, 83, 135, 146, 152, 166, 320 n42, 321 n43, 323 n81, 329 n28, 346 n19, 349 n56
- Wickman, Annika 22, 50, 55, 74-75, 78, 128, 244, 329 n26
- Widmark, Henrik 82, 323 n81
- Willim, Robert 268, 271
- Winston, Brian 322 n55
- Wohlin, Rolf 168
- Wolff, Janet 190
- Zimmermann, Yvonne 17, 18, 19, 21, 24, 51, 53, 54, 57, 104, 126, 128, 170, 213, 241, 243, 321 n49, 328 n10, 328 n13
- Zukin, Sharon 267-268, 271, 276
- Åhren, Uno 86-87, 106-109, 160, 337 n5

## KARTA ÖVER GÖTEBORG MED OMGIVNINGAR



- |              |                    |                     |                    |
|--------------|--------------------|---------------------|--------------------|
| 1. Vinga     | 3. Skandiahammen   | 5. Älvsborgsbron    | 7. SKF Gamlestaden |
| 2. Långedrag | 4. Volvo Torslanda | 6. Tingstadstunneln |                    |

## KARTA ÖVER CENTRALA GÖTEBORG



- |                          |                               |                       |
|--------------------------|-------------------------------|-----------------------|
| 1. Göteborgs fiskauktion | 11. Feskekörka                | 21. Liseberg          |
| 2. Sjöfartsmuseet        | 12. Paddans start och färdväg | 22. Svenska Mässan    |
| 3. Masthuggskyrkan       | 13. Domkyrkan                 | 23. Scandinavium      |
| 4. Järntorget            | 14. Nya Allén                 | 24. Evenemangsstråket |
| 5. Skansen Kronan        | 15. Kungsportsplatsen         | 25. Nya Ullevi        |
| 6. Guldheden             | 16. Trädgårdsföreningen       | 26. Centralstationen  |
| 7. Eriksbergsvärvet      | 17. Gustaf Adolfs torg        | 27. Götaälvbron       |
| 8. Älvsborgsbron         | 18. Shoppingcentret Nordstan  | 28. Skansen Lejonet   |
| 9. Lindholmsvärvet       | 19. Kungsportsavenyn          |                       |
| 10. Götaverken           | 20. Götaplatsen               |                       |



Allt sedan filmmediets tidiga år under början av 1900-talet har rörliga bilder använts för olika instrumentella syften av företag, myndigheter och organisationer. Längre var det här en i det närmaste utforskad del av filmhistorien, men på senare år har allt fler forskare börjat intressera sig för det som brukar kallas beställningsfilm. I avhandlingen *Film i stadens tjänst: Göteborg 1938–2015* står en specifik form av beställningsfilm i fokus: filmer om Göteborg producerade på beställning av kommunen. I studien analyseras dessa kommunala stadsfilmer som en del av kommunens arbete med propaganda, reklam och information och genom dess långa tidsperspektiv ger avhandlingen en historisk bakgrund till våra dagars stadsmarknadsföring. Ett femtontal filmer kartläggs och analyseras ingående: från *Staden vid Göta älv* (1938), som framför allt visades som förfilm på biograf, till *Hållbar stad öppen för världen* (2015), som spreds via kommunens digitala kanaler. Filmerna analyseras i relation till stadens sociala och politiska förändringsprocesser och den svenska välfärdsstatens omvandlingar under den studerade perioden. Med utgångspunkt i arkivmaterial som sällan nyttjats inom filmhistorisk forskning lyfter studien fram en lång rad tidigare okända aspekter av den svenska filmhistorien och beställningsfilmskulturen. Den ger också ny kunskap om offentligt mediebruk i en lokalt förankrad kontext och visar hur filmmediet använts av kommunen för att påverka olika målgrupper inom och utom staden, samt de föränderliga sätt på vilka bilden av Göteborg och stadens invånare konstruerats.

Erik Florin Persson (f. 1983) är filmvetare verksam vid Institutionen för kulturvetenskaper, Göteborgs universitet. *Film i stadens tjänst: Göteborg 1938–2015* är hans doktorsavhandling.



▲ Ur bildmanus till *A west side story* (1985) producerad på beställning av Gothenburg Region Promotion Office.

► Omslagsfoto: Från broschyren "A film about Göteborg – one of the centres of Scandinavia", om Göteborg (1973).

