

# **StorstadswEEKENDS**

**– att söka upplevelser?**

Therese Otto

ETN 103, HT 2006

Etnologiska Institutionen

Lunds Universitet

Handledare: Lars-Eric Jönsson

# Innehållsförteckning

<b>Inledning</b>	sid. 3
Teoretiska utgångspunkter	sid. 4
Tidigare forskning	sid. 5
Metod och material	sid. 6
Disposition	sid. 7
<b>Turismens och storstadsturismens historia</b>	sid. 9
<b>Upplevelsen</b>	sid. 10
<b>Det annorlunda</b>	sid. 16
<b>Det äkta</b>	sid. 23
<b>Konklusion</b>	sid. 29
<b>Källor</b>	sid. 32
Otryckta källor	sid. 32
Litteratur	sid. 32

## Inledning

Den här uppsatsen handlar om turism och resande. Jag har valt att inrikta mig på storstadsturism och storstadsweekends i utlandet i min undersökning. Idag är storstadsturismen mycket stor, inte minst i Europa. Många turister väljer att åka på så kallade storstadsweekends, vilket innebär att man gör en kortare resa på några dagar till en storstad, ofta över en förlängd helg. Det handlar i de flesta fall om resor till europeiska huvudstäder, men resmålet kan även vara välkända städer i USA. Oftast vill folk komma bort hemifrån i ett par dagar, koppla av och uppleva något nytt. Många är också intresserade av shopping och olika nöjen.

Eftersom turismen är en växande sektor i näringslivet och berör de flesta av oss i Europa är det intressant att närmare ta reda på vad människor tycker att dessa storstadsweekends ger dem. Jag ville gå djupare in på vad folk är ute efter när de åker till storstäder. *Mitt syfte med arbetet är att undersöka bakomliggande faktorer till att folk väljer att resa på en storstadsweekend.* Jag vill komma fram till varför sådana resor har blivit så populära. Detta är viktigt eftersom det säger något grundläggande om dagens samhälle och om människorna som lever i det. I och med att många människor lägger både pengar och tid på storstadsweekends måste det betyda att den här typen av resor på något sätt är givande för dem. Svaret på vad människor vill ha ut av en storstadsresa ger en bild av individen i dagens senmoderna samhälle. Det som den enskilde turisten söker under sin storstadsweekend kan överföras på samhället i stort eftersom storstadsturismen har vuxit sig så stor och lockar så många människor idag. Svaren på mina frågor ger intressanta perspektiv på det senmoderna samhället.

I första hand är jag intresserad av de sociala och kulturella aspekterna av storstadsturismen. Jag vill ta reda på vad människor söker när de åker på storstadsweekend. Vad hoppas de få ut av en sådan resa? Vilka förväntningar har de? Vad ger en helg i en storstad människor? Varför väljer de en storstadsweekend? Vad lockar människor i vårt samhälle att göra en sådan resa? Jag ville veta hur människor resonerar och tänker kring detta. Min frågeställning berör på ett övergripande sätt begreppet upplevelse, men handlar lika mycket om upplevelsen av det annorlunda och upplevelsen av det äkta. Jag kommer att gå in på hur storstäder erbjuder upplevelser och attraktioner och på vilket sätt turister är intresserade av detta. Vad är storstadsturisterna ute efter? Vad vill de under sina få dagar på platsen? Det är dessa frågor jag har tagit upp med mina informanter.

## **Teoretiska utgångspunkter**

Mina tematiska ingångar för att analysera mitt material är *upplevelsen*, det *annorlunda* och det *äkta*. Jag har arbetat med mina intervjuer utifrån dessa begrepp och inom ramen för dem återkommer andra, mer empiriska teman som exempelvis vistelsen och minnen. Jag har valt att analysera mitt material på detta sätt eftersom dessa teman återkommer i alla mina intervjuer. Mina informanter har kunnat berätta mycket och har resonerat kring de här punkterna och därför anser jag att det är relevanta utgångspunkter för uppsatsen.

När jag har arbetat med upplevelsen som tematisk utgångspunkt har jag grundat min undersökning på flera olika teorier. Jag har arbetat med Tom O'Dells texter om upplevelsens stora betydelse för den senmoderna människan i allmänhet och för turismen i synnerhet (O'Dell 2002). Även Thomas Blom och Mats Nilssons artikel om vad som attraherar turister och vad turister är ute efter under sina resor har gett mig viktiga teoretiska utgångspunkter (Blom & Nilsson 2001). Här handlar det om framförallt om turistattraktionernas stora betydelse för turismen. Vad som i allmänhet bedöms som en sevärdhet eller attraktion har att göra med kulturella attityder. Turisten uppmärksammar vissa fenomen som exempelvis historiska byggnader eller berömda platser medan han eller hon bortser från andra saker. Jag har använt Leipers attraktionssystem där attraktionerna delas in i tre kategorier och där den så kallade primärattraktionen är så intressant för turisten att han eller hon väljer resmål enbart för det som den erbjuder. Sekundärattraktionen spelar också en viktig roll, men turisten träffar inte sitt val på grund av den. Den tredje kategorin upptäcks först under själva resan och är oviktig för valet av resmål (Blom & Nilsson 2001). Jag har satt denna teori i relation till mitt empiriska material. Även John Urrys teorier om turisternas egen roll i att skapa turistattraktioner och att faktiskt själva vara en del av turistattraktionen har varit intressanta för analysen av mitt empiriska material (Urry 2002). På grund av alla de människor som turistar på en plats skapas en blandning av folk från hela världen. Detta i sig är en spännande upplevelse och ger städerna en speciell karaktär som återigen drar turister.

Då begreppet det annorlunda har varit i fokus för undersökningen har jag haft stor nytta av Eva Wolfs teorier kring vad en turist är (Wolf 2001). Jag har dock framför allt använt mig av teorier kring den så kallade flykt- eller frånaspekten som både Wolf och Sven-Erik Karlsson beskriver i sina texter (Karlsson 1994). Dessa teorier behandlar det anti-vardagliga och längtan att komma bort från vardagen. Enligt Ulla Wagner och Victor Turner behöver människor det anti-vardagliga, ostrukturerade för att klara av vardagslivet med dess rutinerade dagar (Karlsson 1994). Wolf analyserar denna situation i sin text och beskriver den som flykt- eller frånaspekten. Samhällskritikern Jost Krippendorf menar att turisten i

första hand reser för att han eller hon har behov av fysisk och mental vila och positiva upplevelser (Wolf 2001). Människor upplever sitt vardagliga arbetsliv som betungande i dagens moderna samhälle och turistresor fungerar som en sorts terapi för individen. Karlsson menar att turismens funktion är att vara just motsatsen till det vardagliga livet, att detta är ”*det centrala i turismens väsen*”. Dessa teorier har varit mycket givande för analysen av mitt empiriska intervjumaterial.

I arbetet med begreppet det äkta har jag bland annat grundat min analys på Erika Andersson Cederholms teorier om autencitet, pengar och turism (Andersson Cederholm 2006). I och med att turism alltid sker på en ekonomisk grund är det lätt hänt att olika typer av turistattraktioner känns oäkta och iscensatta. Äkthet ses dock ofta som något eftersträvansvärt och i sig värdefullt inom turismen. Själva attraktionerna ska kännas äkta och inte iscensatta för turisterna, även om många turister delvis välkomnar det kommersiella eftersom bekvämligheter och transportmöjligheter är viktiga för dem. Eftersom storstäderna har en stabil vardaglig grund att stå på, ett äkta liv bortom turismen, har deras genuinitet inte kunnat förstöras av turisternas pengar. När jag har analyserat mina intervjuer har jag satt mina informanternas åsikter i relation till dessa teorier. Jag har även använt mig av John Urrys (2002) teorier om byggnader, arkitektur och turistattraktioner. Just kulturarv i form av arkitektur och historiska byggnader är populära sevärdheter och drar många turister. Mycket har renoverats och tillrättalagts så att det ska passa och locka turister. Det har diskuterats om man verkligen kan se dessa turistattraktioner som autentiska. Gamla nedgångna byggnader och platser i städerna omvandlas idag ofta till turistattraktioner som exempelvis upplevelsemuseer. Det handlar i många fall om äldre industriområden som inte längre tjänar som sådana i dagens samhälle. Många städer som ligger vid vatten använder denna möjlighet till så kallade waterfront projects.

## **Tidigare forskning**

Den internationella och svenska turismforskningen är mycket omfattande och svåröverblickbar och jag har därför valt att nämna några svenska och utländska verk som jag har haft praktisk nytta av i min undersökning. Här handlar det i första hand om böckerna *Natur och kultur som turistiska produkter* av Sven-Erik Karlsson från 1994, *Med charter till Estoril* av Eva Wolf från 2001 samt *The Tourist Gaze* av John Urry från 2002. Jag har även haft nytta av andra texter som *Upplevelsens materialitet* av Tom O'Dell (red.), *Turismens och fritidens mångfald* av Lars Aronsson & Sven-Erik Karlsson, *Pengar – Människan och hennes betalningsmedel* av Erika Andersson Cederholm och till en mindre del *Jaget och maskerna* –

*En studie i vardagslivets dramatik* av Erving Goffman (2000). Turismforskningen är som sagt mycket omfattande och jag kan därför inte ta upp många av de verk som har varit av stor betydelse för både turismen och den senare forskningen. De som jag nämner här har spelat en viktig roll i min egen undersökning kring storstadsweekends. Därutöver finns det ytterligare etnologiska arbeten som behandlar ämnet turism, som exempelvis *On Holiday* av Orvar Löfgren (1999).

## **Metod och material**

Jag har intervjuat med fyra informanter under perioden november 2006. Alla mina informanter var vid denna tidpunkt bosatta i Lund. Mitt material består av fyra intervjuer på sammanlagt tre och en halv timme. Därav är tre intervjuer gjorda med privatpersoner som har varit på en eller flera storstadsweekends i Europa medan den fjärde var i New York, USA. De europeiska städerna som det handlar om är i första hand Paris, Berlin, Wien och Prag, men även München, Helsingfors och Oslo. Resorna varade i några dagar och ägde rum 2000, 2001, 2003, 2005 och 2006. En av mina informanter hade gjort flera storstadsresor under samma år. I de flesta fall handlade det om tre övernattningar, i vissa även om två eller fyra.

När det gäller frågorna har jag haft samma utgångspunkter och fasta frågeställningar med alla informanterna, men anpassat ordningen och fokus efter informanternas individuella berättelser. Mina intervjuer med resenärerna var relativt långa och utförliga. Jag var intresserad av deras personliga erfarenheter och syn på ämnet.

Jag har intervjuat mina informanter i egenskap av privatresenärer och ställt frågor med utgångspunkt i deras förväntningar, upplevelser och erfarenheter före, under och efter storstadsresan. Jag intresserade mig framför allt för deras syn på upplevelser, det annorlunda och det äkta i samband med resan. Genom sådana frågor ville jag ta reda på vad informanterna sökte när de åker på storstadsweekend. Jag ville veta vad de prioriterade i sina val, vilka egenskaper som ett möjligt resmål skulle ha. Jag funderade på om det fanns några särskilt populära städer och varför folk i så fall var så intresserade av dem.

En viktig punkt som inte får glömmas bort är att mitt material endast består av berättelser om resorna och inte kan likställas med upplevelserna själva. Det handlar alltså om minnen från resorna och därmed har berättelserna i viss mån redan bearbetats. Detta behöver dock inte bara vara negativt eftersom det återspeglar vad informanterna anser vara viktigt och värt att berätta om.

Mitt material kan inte ses som representativt för alla turister som åker på storstadsweekend. Det handlar istället om enskilda personers åsikter och erfarenheter. Mina

informeranter har under intervjuerna gett sin personliga syn på ämnet och svaren grundar sig på deras personliga erfarenheter. Jag har inte valt representativa informanter utan det handlar endast om personer som själva har åkt på en eller flera storstadsweekends. Då alla mina informanter är mellan tjugo och trettio år gamla och var bosatta i Lund då intervjuerna gjordes kan materialet dessutom bara ge ett begränsat perspektiv på vad turister söker på storstadsweekends. Mina informanter måste ses som relativt unga resenärer. Jag har ingen information om hur andra åldersgrupper ser på denna typ av resor. Mitt arbete kan alltså inte betraktas som en kvantitativ kartläggning utan som en kvalitativ undersökning av mina informanternas förhållningssätt till främmande storstäder och vad mina informanter söker i dem.

## **Disposition**

Uppsatsen är disponerad i sex kapitel. Efter inledningen beskriver jag kort turismens och storstadsturismens historia som bakgrund till min undersökning. Därefter följer tre kapitel där jag tar upp de tematiska områdena efter vilka jag har analyserat och arbetat med mitt empiriska material. Dessa är följande: *Upplevelsen*, *Det annorlunda* och *Det äkta*. Jag avslutar uppsatsen med en konklusion.

I kapitlet *Turismens och storstadsturismens historia* beskriver jag hur turismen och storstadsturismen har utvecklats under historiens gång och vilken betydelse 1900-talet har haft för storstadshelgernas uppkomst och utbredning. Jag förklarar hur nya uppfinningar som bilen och senare flyget breddade ut sig och möjliggjorde storstadsturismens framgång och popularitet. Det fanns en växelverkan mellan den tekniska utvecklingen under 1900-talet och storstadsturismens utbredning i den form jag behandlar den i min undersökning. I kapitlet vill jag beskriva och tydliggöra dessa sammanhang.

Det följande kapitlet *Upplevelsen* handlar om att mina informanter till stor del gör storstadsresor för att uppleva saker. De är framför allt intresserade av att vara med om olika former av upplevelser under sin weekend. Vad upplevelserna ska bestå i kan delvis skifta, men alla mina informanter var överens om att upplevelsen i sig själv har ett egenvärde. I kapitlet tar jag upp hur storstäder ger turisten en optimal möjlighet att uppleva mycket under en kort tid, något som mina informanter beskrev som en viktig anledning till att åka på en storstadsweekend. Jag resonerar även kring vilka upplevelser mina informanter prioriterade och vad som lockade i vilka städer.

Kapitlet därefter, *Det annorlunda*, handlar om det anti-vardagliga, om att mina informanter vill komma bort från sitt vardagliga liv och se och uppleva något annorlunda. Jag tar upp flyktaspekten av storstadsweekends och undersöker hur mina informanter ser på sina

resor i motsats till sin vardag. Frågor som jag ställer här är: *Varför ville mina informanter uppleva något annorlunda? Vad upplevs som annorlunda och anti-vardagligt? Vad upplevde de som annorlunda i andra länder? Vad gav det annorlunda mina informanter och hur förändrades de själva under sin storstadsweekend?*

Nästa kapitel, *Det äkta*, behandlar hur mina informanter ser på det autentiska och genuina i samband med storstadsweekends. Jag tar både upp frågan om mina informanter överhuvudtaget är intresserade av att uppleva något äkta under sin storstadsweekend och vad de i så fall ser som äkta och som upplevelser av det äkta. Frågor som jag ställer är bland annat: *Varför vill de/vill de inte uppleva något äkta? Vad upplevs som äkta under en sådan resa?* Mina informanter är positiva till det äkta, men det står inte i fokus för alla. Vardagslivet i storstaden ses ofta som det äkta, det som på många sätt liknar livet därhemma. Vissa tror dock inte på att man kan uppleva det genuina under en storstadsweekend. Jag undersöker vilken roll turistattraktioner i form av arkitektur och berömda byggnader spelar i upplevelsen av det äkta.

I det avslutande kapitlet *Konklusion* sammanfattar jag först de centrala temana i min undersökning och därefter resonerar jag kring hela arbetet, drar slutsatser och tolkar min analys.



## Turismens och storstadsturismens historia

Detta kapitel är en kort inledning till mitt ämne där jag beskriver hur storstadsturismen har utvecklats i Europa under historiens gång. Jag förklarar på vilket sätt storstadsturismens bakgrund och historia är sammanflätad med den tekniska utvecklingen under 1900-talet. Utan denna hade storstadsturismens starka utbredning under de senaste decennierna inte varit möjlig.

Storstadsturismen, i den form jag kommer att behandla den, är ett ganska nytt fenomen som har brett ut sig allt mer och blivit populärt bland ”vanliga människor”. I och med den samhällseliga utvecklingen under moderniteten och senmoderniteten som under 1900-talet bland annat resulterade i dagens omfångsrika passagerarflygtrafik går det idag snabbt att komma till storstäderna vilket både gör det möjligt och attraktivt att stanna där en så pass kort tid som över en weekend (jfr Karlsson 1994: 74f). I och med teknikens vidareutveckling är priserna relativt låga vilket gör att denna typ av resa tilltalar många och har blivit mycket vanlig.

Storstadsturismen har dock en lång historia som sträcker sig bakåt till 500-talet f Kr då man reste mellan de större städerna i den antika världen. Man bodde på värdshus eller andra övernattningsställen. Städer som Aten och Alexandria var populära resmål under denna tidsperiod. Resorna handlade både om nöje och bildning (Karlsson 1994: 46). Under 1600-talet började så kallade bildningsresor då unga män reste till olika platser inom Europa för att samla erfarenheter och bilda sig. Det handlade inte enbart om storstäder, men det var vanligt att en eller flera större städer utgjorde viktiga mål för resan. Storstäderna erbjöd mycket av det man borde se som kyrkor, bibliotek och börshus. För svenska män var Paris ett populärt resmål. Andra städer kunde vara Wien, Köln, Frankfurt, London eller Amsterdam. Även hantverkare och handelsmän reste mellan större städer, då handlade det dock inte om bildningsresor (Karlsson 1994: 47ff). I och med industrialismens intåg och borgarklassens allt starkare ekonomiska och politiska makt i de europeiska samhällena under 1800-talet skapades basen för den moderna turismens framväxt. Fritiden blev nu en tidsperiod skild från arbete vilket var en förutsättning för dagens utbredda storstadsweekends (Karlsson 1994: 50). De nya transportmedlen som kom med industrialiseringen hade stor betydelse för turismens expansion. Under 1800-talet handlade det framför allt om ångbåts- och järnvägstrafikens utbyggnad (Karlsson 1994: 61f). Under 1900-talet skapade bilen och särskilt passagerarflygtrafiken förutsättningar för dagens storstadsturism. Flygtrafiken kom igång redan under 1920- och 1930-talet, men avbröts av andra världskriget. På 1950- och 1960-talet återupptogs flygresorna för att öka i intensitet. Sedan dess har passagerarflygtrafiken blivit en

självklar del av de europeiska samhällena. Turismens utbredning är starkt förknippad med framväxten av välfärdssamhällena i Europa under 1900-talet. Storstadsturismen idag innefattar människor från olika samhällsskikt och åldersgrupper. Med hjälp av flyget går det snabbt och lätt att ta sig till storstäderna till ett för många överkomligt pris (jfr Wolf 2001: 105f).

## Upplevelsen

I detta kapitel vill jag beskriva och resonera kring att mina informanter framför allt är ute efter upplevelser under sina storstadsweekends. Jag kommer att ta upp frågor som *Varför väljer mina informanter en storstadsresa? Vilken sorts upplevelser är de intresserade av? Vad är upplevelser för dem och varför? På vilket sätt kan en storstadsweekend erbjuda dem dessa upplevelser? Vad grundar de sitt val av resmål på?* Det finns många gemensamma drag, men även individuella skillnader i fråga om vad som är en upplevelse. Deras svar handlar mycket om den historiska upplevelsen som storstäder kan erbjuda, men även mer övergripande om storstadens puls och atmosfär. De tar också upp upplevelsen av det annorlunda vilket jag återkommer till i nästa kapitel.

Vad är det folk i första hand söker när de åker till storstäder över en helg? Jag har i mina intervjuer kunnat fastställa att alla mina informanter tillmäter upplevelser stor betydelse. Turism handlar generellt sett till stor del om att uppleva olika saker. Turismindustrin är beroende av sin förmåga att erbjuda människor nya upplevelser (O'Dell 2002:11). För att turister ska välja att åka till en viss plats krävs det någon form av attraktioner, något som lockar människor. Vad är det som gör att de väljer en storstadsweekend istället för en annan typ av semester? Alla mina informanter anser att ett besök i en storstad har många fördelar gentemot andra typer av resor. När jag undrade varför de hade valt att åka på en storstadsweekend framför någon annan sorts resa beskrev två av dem att de ansåg att man fick ut mer av en storstadsresa än av andra sorters resor som exempelvis charterresor *"Jag (får) mer upplevelse och insikt av en storstad än av en badstrand, till exempel."* (intervju 3: 1). De förklarade att de tyckte att storstäder var intressanta och erbjöd turister mycket. De talade mycket om stadens historia och kultur och menade att man kunde uppleva mycket under en helg i en storstad. Dessutom tyckte de att storstadsweekends var praktiska på grund av den korta tid som man var borta från sina vardagliga förpliktelser.

*Jag tycker att just storstaden /.../ ger så mycket. Man kan hitta på olika saker och mycket grejer, alltså det finns mycket att göra i storstaden. /.../ Det är så bra /.../ att man inte måste åka en vecka eller något sånt, utan man kan göra det mitt i terminen ibland när man kanske inte har någon föreläsning på fredag så kan man åka fredag, lördag, söndag till exempel /.../ /.../ De andra resorna, alltså såna charterresor, är ju oftast så att man, alltså att det är fastlagt till fem dagar, sju dagar, fjorton dagar och sen är det ju ofta /.../ bara solsemester och så där. Nä, jag tycker att (storstaden) är en bra upplevelse, kulturellt och så där.*

*Just /.../ storstaden ger så mycket, att man kan hitta på så många olika saker. /.../ Om man vill ha lite lugn och ro så kan man ju promenera /.../ i parken där /.../ men samtidigt finns det mycket att göra, restauranger, barer och /.../ museer. /.../ Jag är väldigt intresserad av kultur och så, /.../ så jag tycker det är mycket bra. /.../ I storstäder kan man hitta på så mycket olika kulturella grejer och titta på arkitektur och sånt vilket jag är mycket intresserad av. Så det tycker jag är bra. (intervju 4: 1)*

Storstäder erbjuder en mängd olika attraktioner och möjligheter till upplevelser samlade på en relativt liten yta. Det handlar om en rumslig koncentration som är utmärkande för just storstäder. Turisten behöver aldrig leta länge efter underhållning och det stämde väl överens med mina informanterns önskemål. Detta framkom tydligt när en av dem beskrev varför hon hade åkte på en storstadsweekend: ”Jag ville ha upplevelserna som var täta, där man kan gå runt och få upplevelser hela tiden. /---/ Jag vill att det ska hända saker.” (intervju 1: 1). Både det stora utbudet och variationen av upplevelser skiljer storstadsweekends från andra typer av resor. I ett samhälle där tiden ofta är knapp ger en helg i en storstad möjligheten att uppleva mycket under en kort, intensiv tid. Lars Aronsson beskriver hur dagens människa tycks konsumera turismaktiviteter allt mer och i allt snabbare takt (Aronsson 2001: 33). Denna relation mellan turism och tid ger ett intressant perspektiv på mina informanterns åsikter om upplevelser och storstadsweekends.

Om det inte finns något som folk vill se eller göra på platsen finns det ingen anledning för dem att åka dit och betala pengar för resan. Turism kräver alltså attraktioner som anses vara värda en resa. Det kan visserligen vara individuellt vad människor anser vara värt en resa, men man kan ändå tala om platsrelaterade turismprodukter som generellt sett lockar turister och ger ekonomisk vinst (Blom & Nilsson 2001: 155ff). I grunden handlar detta om att turister vill uppleva saker under sin semester. Alla mina informanter var eniga om att olika

typer av upplevelser utgjorde en mycket stor del av deras storstadsweekend. Man skulle till och med kunna påstå att själva anledningen till att överhuvudtaget åka på en storstadsweekend var önskan efter upplevelser. Här spelade sevärdheter och olika slags turistattraktioner en avgörande roll. De garanterar generellt sett en stark upplevelse och är väl beprövade av många turister under en lång tid tillbaka i historien. Vad som i allmänhet bedöms som en sevärdhet eller attraktion har att göra med kulturella attityder. Man uppmärksammar vissa fenomen som exempelvis historiska byggnader eller berömda platser medan man bortser från andra saker. Både turisterna och turismindustrin omsätter dessa kulturella attityder på ett praktiskt plan (Karlsson 1994: 58). Om någon enskild attraktion eller typ av attraktion är avgörande för valet av resa för individen kan dock diskuteras. I Leipers attraktionssystem delas attraktionerna in i tre kategorier där den så kallade primärattraktionen är så intressant för turisterna att han eller hon väljer resmål enbart för det som den erbjuder. Sekundärattraktionen är viktig men turisterna träffar inte sitt val på grund av den. Den tredje kategorin upptäcks först under själva resan och är oviktig för valet av resmål (Blom & Nilsson 2001: 155ff). Detta är intressant för mitt arbete, eftersom det i regel finns en mängd olika sevärdheter och attraktioner i storstäder. Jag har i mina intervjuer intresserat mig för vilken av dem som är primär-, sekundär- och tertiärattraktionen. Jag har dock inte kunnat fastställa att Leipers attraktionssystem överensstämmer med mina informanternas erfarenheter och syn på saken. Det är istället ofta en summa av faktorer som tillsammans ligger till grund för valet av resmål, i det här fallet för valet av storstad. Ingen av mina informanter hade valt att resa till en viss stad på grund av någon speciell attraktion eller sevärdhet. Deras syn på saken var snarare att de flesta storstäder, och då framför allt huvudstäder, hade mycket att erbjuda och att det därför inte var så viktigt vilken stad de valde att åka till för en storstadsweekend.

*Visst, när jag åkte dit så skulle jag ju se på vissa grejer, men det var inte just på grund av att nu måste jag se Louvre, därför åker jag till Paris, nu måste jag se Karlsbron, därför åker jag till Prag. /.../ Det var mer så att jag visste att det finns, men det var inte /.../ avgörande /.../ (för mitt val av resmål).*

*Det är /.../ mer i allmänhet, alltså att jag väljer olika städer. /.../ De flesta /.../ storstäder i Europa har ju i alla fall (många sevärdheter), så det är inte så att jag åker precis till den staden för att där finns en viss byggnad som jag absolut måste se och det är bara därför jag åker dit. Så är det inte. (intervju 4: 3)*

Här spelar också deras relativt unga ålder in eftersom flera av dem ville åka till fler storstäder i framtiden och därför inte tyckte att det var avgörande i vilken ordning de besökte dem. Det viktiga var inte vilken storstad de åkte till utan att de besökte en storstad överhuvudtaget ”*Ja, det är nog mest att det är en storstad.*” (intervju 3: 2). En annan informant svarade så här när jag undrade om det var viktigt för henne vilken storstad hon reste till:

*På ett sätt var det ganska oviktigt /.../ i och med att jag vill se /.../ många fler städer.*

*Sen i Wien var det bara så att vi hittade en bra resa dit, och det är klart att man vill ju ha sett Wien, men sen om det hade varit Paris eller vad det var, det hade inte gjort mig något.* (intervju 2: 3)

I mitt material finns det dock ett undantag i detta sammanhang och det gäller den informant som hade varit i New York. Hon hade bestämt sig för att åka till just New York och var inte intresserad av att komma iväg till någon storstad i största allmänhet.

*Det var inte bara det att det skulle vara någon storstad?*

*Nä, det var just den staden som hade dragningskraften.* (intervju 1: 3)

Min informant ville särskilt uppleva New York som stad, vilket hon hade drömt om en längre tid. Inte heller detta fall stämmer dock helt överens med Leipers attraktionssystem eftersom hon hade grundat sitt beslut om resmål på en mängd olika faktorer. Det fanns flera olika saker som lockade med New York och inte några få primärattraktioner. Min informant talade lika mycket om stadens atmosfär, helhet och vardagsliv som om de klassiska turistattraktionerna som Central Park och Empire State Building. Det hon särskilt framhöll var att det skiljer sig mycket från storstad till storstad och att det var just New York som hon var intresserad av och ville uppleva ”*(Det är) stor skillnad, verkligen, ja.*” (intervju 1:3). Även mina andra informanter var visserligen inte beredda att åka till vilken stad som helst, men generellt sett ansåg de att man kunde uppleva mycket i de flesta storstäder och valde till stor del resmål efter priset. I flera fall nämnde de priset som en avgörande faktor ”*Prag var billigast, bra hotell och billigt och då blev det Prag.*” (intervju 4: 15).

Trots att mina informanternas erfarenheter inte överensstämmer med Leipers attraktionssystem kan man säga att det fanns vissa typer av konkreta attraktioner och sevärdheter som de var mer intresserade av än andra. Här handlade det framför allt om historiska byggnader och gamla stadskärnor. Mina informanter beskrev att de tittade på de typiska sevärdheterna som var utmärkande för staden ”*Och sen att man vill ju alltid se dom här turistmagneterna, så att säga. Så det var väl det som lockade också.*” (intervju 3: 3). Man kan dra slutsatsen att även om de klassiska sevärdheterna inte var avgörande som primärattraktioner för valet av resmål spelade de en stor roll under själva resan i sig och var populära att se och uppleva.

Som jag förklarade ovan grundade mina informanter inte sina beslut på vissa primärattraktioner som finns i de olika storstäderna. De ansåg dock att städerna hade olika karaktär och passade mer eller mindre för olika typer av upplevelser beroende på vilka attraktioner och sevärdheter de hade att erbjuda och hur stadens atmosfär uppfattades. En av mina informanter hade särskilt konkreta föreställningar om vilken typ av upplevelse han sökte och vilken storstad som var ämnad för hans önskningar:

*Och då funderar jag på vad jag har lust på. Har jag lust på romantisk storstadsweekend så blir det kanske en stad som Paris, eller så, som man vet är romantisk. /.../ (När) jag ville uppleva (något) kanske lite mer politiskt så blev det ju Berlin. Så jag går efter vad jag är ute efter och sen kollar jag vilka städer som jag tycker passar bäst överens med det.*

*Men du har /.../ liksom en föreställning, ändå, om vad det är du vill uppleva?*

*Ja, det har man. Det har jag nog, att det är /.../ det och det vill jag uppleva. Just nu var det lite så, med Prag till exempel, lite romantisk höstweekend i Prag, i en gammal stad. Så det var väl det som jag var ute efter. (intervju 4: 15).*

Man kan urskilja en serie intressanta stereotyper som tas upp och omsätts av min informant i hans roll som turist. Han har en viss bild av de olika städerna: Berlin uppfattas som politiskt, Paris som romantiskt och Prag som en äldre romantisk stad, passade för en höstweekend. Urry (2002) förklarar hur turisten under sina resor fokuserar saker och händelser som överensstämmer med dennes föreställning om specifika städer, nationaliteter och kulturer. Även Urry talar om det romantiska Paris och menar att turisten letar efter tecken på denna

romantik. Förenklat uttryckt skulle man kunna säga att turisterna ser det han eller hon förväntar sig att se och kanske även vill se. Då min informant åkte till Berlin för att han ville uppleva något politiskt fokuserade han de politiska aspekterna av staden medan han bortsåg från andra, som exempelvis affärer och shopping. Som turist och betraktare sökte min informant alltså, mer eller mindre medvetet, efter tecken på det politiska Berlin (jfr Urry 2002: 3, 12f).

Flera av mina informanter talade om att de ville uppleva storstadens helhet och atmosfär när jag undrade vad de var intresserade av att se och uppleva under sin storstadsweekend. Två av dem sammanfattade det på ett tydligt sätt: *"Atmosfären i staden, helt enkelt"* (intervju 3: 3), *"hela storstadspulsen"* (intervju 1: 1). Storstäder och ofta särskilt huvudstäder är speciella på det sättet att de är kosmopolitiska och ger en känsla av världsstad. Mycket på grund av alla de människor som turistar där skapas en blandning av folk från hela världen. Detta är i sig en spännande upplevelse och ger städerna en särskild karaktär som återigen drar turister (Urry 2002: 43f). Under mina intervjuer blev det tydligt att den här stämningen var viktig för en del av mina informanter, medan andra var mer intresserade av själva sevärdheterna och landets kultur i allmänhet. Några tyckte snarare att andra turister var i vägen och såg dem som en störande faktor under semestern: *"Ja, det tog bort lite av det fina, egentligen. Om man hade varit ensam turist där, så hade det varit mycket roligare än att ha en massa andra turister också."* (intervju 2: 11). Vissa beskrev att de tyckte att det var spännande och intressant med den blandning av olika sorters människor och nationaliteter som en storstad erbjuder:

*Det är en sån internationell storstad (med) många olika sorters människor. /---/ Det är så uppblandat och det är riktigt häftigt att se, bara insupa det på något sätt.*

(intervju 1: 2)

De europeiska, och amerikanska, storstädernas storlek, det snabba tempot och blandningen av olika människor som lever tätt inpå varandra utgör tillsammans den typiska storstadspulsen som en av mina informanter talade om. Detta i sig utgör ett brott mot många svenskars vardag och upplevs ofta som annorlunda och spännande. Önskan att uppleva något annorlunda i motsats till vardagen var en av de viktigaste anledningarna till att mina informanter hade åkt på storstadsweekends.

## Det annorlunda

Här kommer jag att undersöka mina informanternas önskan att se och uppleva något annorlunda än vardagslivet i samband med deras storstadsweekends. Jag kommer att ta upp aspekter av det anti-vardagliga, det vill säga det som står i kontrast till människors vardagsliv, samt flyktaspekten som spelar en viktig roll i detta sammanhang. Frågor som jag ställer här är: *På vilket sätt och varför har mina informanter behov av att uppleva något annorlunda i motsats till vardagen? På vilket sätt spelar flyktaspekten en viktig roll i samband med storstadsweekends? Vad upplever de som annorlunda och anti-vardagligt? Vad skiljer storstäderna från Sverige och svenska städer?*

Turism definieras av de flesta turistforskare som en anti-vardaglig företeelse. Resan är något annat än det vardagliga livet och står i stark kontrast till vardagen (Karlsson 1994: 25ff). Under turistresan byter människor sin invanda sociala och kulturella miljö mot en annan (Wolf 2001: 20). Karlsson menar att turismens funktion är att vara just motsatsen till det vardagliga livet, att detta är "det centrala i turismens väsen" (Karlsson 1994). Mina informanter beskrev alla ett behov av att komma bort från vardagslivet. De var intresserade av att uppleva något annorlunda i motsats till vardagen "Ja, det var jag. Alltså, jag ville uppleva storstaden, jag ville uppleva något som inte tillhör vardagen. /---/ Ja, uppleva något annat som får en att glömma vardagen, kan man säga." (intervju 4:8f). Enligt Ulla Wagner och Victor Turner behöver människor det anti-vardagliga, ostrukturerade för att klara av vardagslivet med dess rutinerade dagar (Karlsson 1994: 25ff). Denna hypotes återspeglas i mitt empiriska material då flera av mina informanter beskriver hur skönt det är att komma bort från den stressiga vardagen som är full av plikter för att sedan lättare kunna handskas med vardagslivet igen.

*Alltså, det ger mig väldigt mycket att man kommer ut och att man slappnar av, att man inte känner sig stressad, eller jag känner mig inte stressad. Det är mycket det, att man känner någon slags förnyelse i sig själv. Sen kommer man tillbaka till vardagen och då har man kanske saknat den till och med, även efter några dagar. Och då är det skönt att komma tillbaka och vara hemma igen. Men det är just det att komma ut från hemmet, uppleva något nytt, och sen kan man komma tillbaka och har upplevt så mycket nya saker att man trivs igen i vardagen och tycker det är kul att vara hemma igen.*

(intervju 4: 9)



Vardagstristessen sattes i kontrast till storstadsresorna. De flesta av oss rör sig mestadels i samma städer och kulturella och sociala miljö (jfr Wolf 2001: 20) vilket flera av mina informanter beskrev som tråkigt i längden *"Det blir så trist att gå /.../ alltid, liksom, i samma stad eller så, så det är roligt att komma bort ibland."* (intervju 2: 7). Mina informanter menade att en storstadsweekend kunde fylla behovet av att komma bort från vardagen och få omväxling *"Nä, men det är ju kul att komma ifrån vardagstristessen och göra något helt annat som man inte gör i lilla Lund eller i Malmö."* (intervju 3: 7). Är det detta turister söker när de åker på storstadsweekend? Vill de framför allt resa från sin vanliga vardagliga miljö medan resmålet i sig inte är så avgörande? Wolf analyserar denna situation i sin text och beskriver den som flykt- eller frånaspekten. Samhällskritikern Jost Krippendorf menar att turisten i första hand reser för att han eller hon har behov av fysisk och mental vila och positiva upplevelser. Människor upplever sitt vardagliga arbetsliv som betungande i dagens moderna samhälle och turistresor fungerar som en sorts terapi för individen (Wolf 2001: 36). Under en intervju förklarade en av mina informanter att det för honom särskilt handlade om att komma iväg från vardagslivet medan dragningskraften hos resmål och aktiviteter spelade en mindre roll *"Nä, det handlar nog mest om att komma bort från vardagslivet, helt enkelt."* (intervju 3: 7). Här överensstämmer alltså mitt empiriska material med Krippendorfs resonemang om turisten som en flyende människa. Wolf är dock kritisk till detta synsätt och menar att turister inte enbart reser för att fly från vardagen utan även för att skapa tid och rum för ostrukturerade nöjen och avslappning (jfr Wolf 2001: 34ff). Hennes analys överensstämmer med hur flera av mina informanter såg på sina storstadsresor. Visserligen handlade det även för dem om att komma bort från vardagen, men samtidigt hade resmålen och sevärdheterna i sig en stark dragningskraft. Så här uttryckte sig en av mina informanter när jag frågade hur han såg på saken: *"Det är nog fifty-fifty, skulle jag säga."* (intervju 4: 9).

Blom och Nilsson förklarar att det generellt sett finns två huvudsakliga drivkrafter bakom människors resande. Det handlar om den så kallade push- respektive pull-effekten. Push-effekten innebär den situation som både Krippendorf och en av mina informanter framhäver, det vill säga att individen har ett behov av att komma bort från sin vardag och uppleva något annorlunda. Denna effekt kan också beskrivas som flykt-eller frånaspekten. Med pull-effekten avses däremot motsatsen, det vill säga dragningskraften hos olika resmål, attraktioner och aktiviteter. I de flesta fall består individens lust till att resa av en ständig interaktion av både push- och pull-effekter (Blom & Nilsson 2001: 157). Under alla mina intervjuer beskrev informanterna både push- och pull-effekter som hade haft betydelse för deras beslut att göra en storstadsresa. För dem handlade det både om att komma bort från

vardagslivet och om att uppleva något annorlunda. Skillnaderna låg framför allt i att vissa av dem tillmätte push-effekterna större betydelse medan de mer eller mindre bortsåg från pull-effekterna och omvänt. Det blir tydligt att en storstadsweekend alltid är en blandning av både flyktaspekten och det annorlundas dragningskraft när Wolf definierar turistresan. Hon förklarar att turistresan är en nöjesresa i den bemärkelsen att turisten är fri att själv bestämma över sin tid och vad han eller hon vill tillbringa den med i motsats till det vardagliga arbetslivet (Wolf 2001: 20f).

Vad lockade mina informanter i de europeiska storstäderna? Vad upplevde de som anti-vardagligt? En av de viktigaste anledningarna till att människor reser är, som jag beskrev ovan, att de vill uppleva något annorlunda i motsats till deras vanliga vardagsliv *"Nä, men det är väl klart att man är ute efter andra upplevelser när man åker någon annanstans."* (intervju 3: 7). Urry förklarar att valet av resmål därför ofta bygger på att den plats man reser till är annorlunda jämfört med den plats där man i vanliga fall uppehåller sig, som bostad, arbetsplats och omgivning. Att detta var något som hade lockat mina informanter till en storstadsresa blev tydligt när en av dem beskrev vad hon tyckte var spännande med New York *"Och det är lite samma sak som drog mig att det verkar jättehäftigt och annorlunda mot vad jag har i den här staden (Lund)."* (intervju 1:2). Resmålet måste, på något sätt, skilja sig så pass från turistens vanliga, vardagliga plats att den, åtminstone delvis, upplevs som annorlunda. Detta gör platsen till ett intressant resmål som erbjuder den kontrast mot vardagslivet som turisten söker *"man har mycket att göra bara och vill göra något annorlunda."* (intervju 2: 20). Urry beskriver det annorlunda som något extraordinärt, det vill säga något som är utöver det vi vanligtvis upplever (Urry 2002: 12f). Det handlar om att se och uppleva något som man i allmänhet inte ser och upplever i sitt vardagliga liv. Mina informanter beskrev alla att de hade upplevt storstäderna som annorlunda och spännande under sina resor. Deras resmål hade i de flesta fall uppfyllt de förväntningar på annorlunda upplevelser som de hade haft i samband med sina storstadsweekends *"Även om det inte är så långt härifrån så är det ju ändå så pass annorlunda."* (intervju 3: 9). Alla höll dock inte med om att storstäder i allmänhet är särskilt annorlunda. En av mina informanter var inte riktigt nöjd med kontrasternas tydlighet. Hon verkade närmast besviken på att storstaden Wien inte hade haft mer annorlunda upplevelser att erbjuda utan istället hade visat sig vara relativt lik det hon var van vid:

*Jag tyckte inte det var, ja, /.../ då byggnaderna och färdsättet, men annars tyckte jag inte det var så mycket. Alltså så, det var inte så stora kontraster, liksom. I och med att vädret är rätt så, alltså så, det var väl lite varmare men annars, liksom.*

*Ganska likt. Och, typ språket omkring dig?*

*Ja, det var ju annorlunda, ju. (intervju 2: 10)*

Att just städer generellt sett erbjuder annorlunda upplevelser har olika förklaringar. Urry menar att det blev mycket mer intressant att turista i storstäder runt om i Europa i och med avindustrialiseringen. Under industrialiseringen ville man också bort från vardagen, men då handlade det mycket om att komma bort från de smutsiga städer man arbetade och bodde i, till landet eller havet för att få avslappning och frisk luft. På grund av den förändring som dagens städer genomgick blev det med tiden också mer intressant att resa *till* städer eftersom de nu erbjöd en annorlunda upplevelse. Badorten förlorade sin attraktivitet och betraktades inte längre som extraordinär. Städerna upplevde ett uppsving och övertog snart rollen som extraordinära, inte minst på grund av deras stora utbud av nöjen, kulturupplevelser och kulturell mångfald. Därmed blev de också en viktig station för turister (Urry 2002: 36f). Detta gäller naturligtvis i synnerhet storstäder som på många sätt kan erbjuda turisten nya, annorlunda upplevelser som står i kontrast till vardagstristessen, något som alla mina informanter generellt sett höll med om.

Redan storstaden som fysisk plats skiljde sig mycket från mina informanternas vardagliga omgivning, både när det gällde arbete och boende. Vid intervjuernas tidpunkt var samtliga informanter bosatta i Lund, en svensk småstad. Rent storleksmässigt står Lund naturligtvis i stark kontrast till europeiska och amerikanska storstäder, vilket framkom i flera intervjuer:

*Så är det ju stor skillnad gentemot Lund, där jag bor, för Lund, ja, jag tycker det är en ganska liten stad. Det är ju en ganska annorlunda känsla där, för det är mycket mer trafik, där finns tunnelbanor ofta och olika /.../ spårvagnar och så och ja, det är mycket mer människor som är där. Så det är klart att själva platsen är mycket annorlunda än det som jag känner mig hemma i. (intervju 4: 10)*

Flera av mina informanter uttryckte storlekskillnaden i förhållande till den rent fysiska platsen och talade om storleken på olika byggnader *”Byggnaderna var ju mycket större än om man jämför med Lund, till exempel. Det var mycket större byggnader, vad jag kommer ihåg.”* (intervju 2:10).

Det är dock inte bara staden som fysisk plats som erbjuder en annorlunda upplevelse gentemot vardagen, utan inte minst är det de sociala och kulturella skillnaderna som upplevs som annorlunda och lockar turister (Urry 2002: 92f). Här spelade naturligtvis även storstädernas storlek en avgörande roll, eftersom storstadskulturen skiljer sig från en liten stad som Lund och ger turisten en helt annan upplevelse *”Ja, trafiken och allting liksom. Det är ju helt annorlunda än här.”* (intervju 3:7). De sociala och kulturella skillnaderna hade dock lika mycket att göra med det faktum att mina informanter reste till ett annat land. Kulturen i länder som Österrike, Tyskland, Frankrike och inte minst USA är annorlunda än den svenska. Detta upplevde mina informanter mer eller mindre tydligt under sina respektive storstadsweekends i olika länder. Som jag beskrev ovan verkade vissa av dem besvikna på att skillnaderna inte var större. I de flesta fall förklarade de dock att de hade upplevt flera kulturella skillnader. Så här svarade en av mina informanter på frågan om han hade upplevt något i kulturen som annorlunda:

*Ja, alltså, det är ju klart, reser man till utlandet, till exempel Prag, där jag har varit. Det är klart att det är lite annorlunda kultur än den svenska kulturen. Eller när man reser till Berlin i Tyskland eller Wien i Österrike eller Paris i Frankrike så blir kulturen ju lite annorlunda, alltså matkulturen är ju annorlunda i dom länderna än i Sverige. Det som jag har upplevt är att det är mer så där, hur kan man säga, att man går ut mycket mer. Man går ut och äter, alltså också dom som bor där, inte bara turister utan alla möjliga människor. Den kulturen finns ju inte direkt så mycket i Sverige, kanske. Så det är olika grejer som gör att det finns en annan kultur i dom städerna.* (intervju 4: 10)

Flera av mina informanter uppmärksammade också språket som en slående skillnad. Vissa av dem såg negativt på detta. De tyckte delvis att det var en ovan och svår situation med ett främmande språk som de inte behärskade *”Så står det inte alltid jättebra på engelska, typ, som i Wien gör det inte det, och då måste man ju klara sig med språket och, ja, jag vet inte, prata lite.”* (intervju 2: 9). Andra däremot tyckte snarare att främmande språk hörde till, som en självklar del av storstadsresan *”Jag kan ju inte åka till Wien eller Prag eller så och prata svenska. Då måste jag prata tyska eller engelska eller så.”* (intervju 4: 10). Generellt sett

menade dock samtliga informanter att dessa sociala och kulturella skillnader var viktiga för dem under resan och såg dem som något intressant och spännande. De eftersträvade sådana annorlunda upplevelser och lockades av dem (jfr Urry 2002: 92f). En av mina informanter förklarade hur roligt och viktigt han tyckte att det var med denna typ av erfarenheter:

*Att det är just också en annan kulturell upplevelse. Man äter annan mat liksom, som man kanske inte känner till direkt, man måste prata på ett annat språk än svenska, man måste, ja, hitta på olika saker som man inte, ja man stöter kanske på grejer som man tycker är lite konstiga i den staden, just på grund av de kulturella skillnaderna. Men det tycker jag är kul, det är viktigt för mig. (intervju 4: 10)*

Upplevelsen av det annorlunda förstärktes på så sätt att mina informanter både reste till en storstad, som skiljde sig från deras vardagliga liv i en småstad, och till ett annat land med en mer eller mindre främmande kultur.

Det annorlunda livet under semestern i storstäder är något som lockar och utgör en del av det annorlunda som turister söker när de reser till storstäderna över en helg. Vad innebär då detta annorlunda liv under semestern?

*Alltså det som jag upplevde som annorlunda, så klart, är att man inte måste tänka på så många saker. Man måste inte handla, man måste inte laga mat, man måste inte diska, man måste inte dammsuga och alla dessa hushållsgrejer som man måste göra. Man måste inte plugga, man måste inte tänka på skolan eller universitetet. Man har ingen vardag i sig, så att man måste till föreläsning eller att nu måste man det eller det. Utan då (under storstadsresan) är det mer att man gör bara det som man tycker är kul och /.../ det är just det som jag gillar. (intervju 4: 9)*

Själva livsstilen under resan spelar en viktig roll i upplevelsen av det annorlunda eftersom den ofta står i stark kontrast till människors vardagsliv. Mycket handlar om att ha andra rutiner och gör saker som skiljer sig från vardagen där hemma. Att inte gå upp klockan sju på morgonen, att lägga sig sent, att ha andra tider för måltider och så vidare, är exempel på hur rutinerna under en storstadsweekend kan skilja sig från de rutiner man i allmänhet har i sitt vardagsliv. Saker man gör under resan som skiljer sig från vardagen handlar ofta om att gå ut för att äta och dricka, dels i allmänhet, dels på tider och dagar då man inte brukar göra det hemma. Att inte behöva laga mat själv eller att spendera pengar utan att ta hänsyn till priser är

andra exempel på hur människor ofta förändrar sin livsstil under en semester. Det kan även handla om att klä sig annorlunda än till vardags (Urry 2002: 92f), detta är dock ingenting som jag upptäckte hos mina informanter. De betonade istället att de kunde komma bort från det belastande vardagslivet med dess plikter i form av studier, arbete och hushåll.

En annan aspekt av det annorlunda under storstadsweekends hänger ihop med mina informanternas identitet och självuppfattning. Samtliga informanter kände att de kunde vara någon annan under en helg i en storstad utomlands och fly från sig själv och sin vanliga identitet. De beskrev att de förändrades i och med att de kom utomlands och hemifrån. På vilket sätt detta skedde varierade dock från informant till informant. En återkommande beskrivning var att de kände sig friare och kunde slappna av på ett annat sätt än i sin vardagliga omgivning *"Ja, liksom, dom vet inte vem jag är, ändå, ju. Så (jag) /.../ känner (mig) /.../ ju mycket friare på det sättet."* (intervju 2: 21). En av dem betonade i detta sammanhang att man inte behövde oroa sig för vad andra skulle tycka och tänka om en:

*Utomlands skulle jag kunna gå och sätta mig på ett fik själv, men det skulle jag kanske inte göra i Sverige, för då hade man känt mig dum när alla andra satt jätte många vid borden och så sitter jag själv, liksom, vad konstig hon är som sitter och fikar. Men utomlands hade jag inte brytt mig ett skit.* (intervju 2: 21)

Detta kan relateras till Goffmans teorier om hur människors olika framträdanden och sociala fasader skiftar beroende på sammanhang (jfr Goffman 2000: 28ff). Samtliga av mina informanter såg sin personliga förändring som något positivt och beskrev exempelvis att de vågade testa mer nytt och inte tog så hårt på saker som hemma (intervju 2: 21). De fick ett annat, positivare, perspektiv på sig själva och sin identitet *"Och då blir jag en lite annan person, (någon) utan problem och utan mycket krångel och sånt."* (intervju 4: 15). En av mina informanter förklarade att i och med att hon kände sig friare och mindre tyngd av plikter blev hon på ett sätt samtidigt mer ansvarslös. Hon brydde sig inte längre om att köpa biljetter till tunnelbanor och tåg, något som hon alltid gjorde annars i sitt vardagsliv i Sverige. Risken för att bli kontrollerad bortsåg hon generellt sett från när hon var utomlands och menade att man alltid kunde spela lite dum om det verkligen inträffade (intervju 2: 21). Detta var dock inte fallet hos alla. Under en av mina intervjuer beskrev informanten istället motsatsen, det vill säga att han under sin storstadsweekend hade blivit mer ansvarsfull än han vanligtvis var i sitt vardagsliv.

*Jag känner nog lite att jag tar mer ansvar. Här hemma kan jag vara väldigt, inte oansvarig, men alltså så, det där kan man göra imorron, till exempel. Men där, om man är själv eller några stycken, så känns det som att det är jag som tar ansvar över att vi kommer rätt och allting blir som det ska. (intervju 3: 11)*

## **Det äkta**

I detta kapitel kommer jag att resonera kring mina informanternas upplevelse av äkthet och genuinitet i samband med deras storstadsresor. Jag tar upp frågan om mina informanter överhuvudtaget var intresserade av att uppleva något äkta under sina storstadsweekends och vad de i så fall såg som äkta och upplevelser av det äkta. Var ansåg de att de hade funnit det äkta i städerna?

Vardagslivet i storstaden sågs ofta som det äkta, något som på många sätt liknade livet därhemma. Vissa av mina informanter trodde dock inte på att uppleva det äkta under en storstadsweekend. Vad berodde det på? Jag kommer här även att resonera kring arkitekturens roll i upplevelsen av det äkta och vilken betydelse den hade för mina informanter. Vilken roll spelade de gamla stadskärnorna och deras arkitektur i förhållande till nya, moderna byggnader och områden för mina informanter?

Mina informanter var alla positiva till upplevelser av det äkta, men det stod inte i fokus för de flesta av dem. De förklarade att de inte i första hand hade varit ute efter autentiska upplevelser under sin storstadsweekend, utan framför allt ville komma bort från vardagslivet, få omväxling och uppleva något annorlunda. Visserligen uttalade sig samtliga informanter mycket positivt om genuina upplevelser i allmänhet, men de flesta av dem ville inte uppleva denna äkthet hur som helst. En av mina informanter förklarade att även om upplevelser i storstädernas förorter var äkta, var det inte den typ av upplevelser som han var intresserad av under sina storstadsweekends:

*Dom är lika äkta, men det är en annan sorts känsla som man får där. Alltså till exempel, när jag och min flickvän tog en sån shuttlebus från flygplatsen i Paris till staden så åkte vi igenom lite så där halvfula, rätt så fula, områden tills vi kom till centrum. Och det kändes ju ändå äkta. Alltså dessa platser kändes ju äkta, fast dom var, tycker jag, fula och inte så där att man ville vara där. Men ändå kändes dom äkta. (intervju 4: 7)*

I och med att turism alltid sker på en ekonomisk grund är det lätt hänt att olika typer av turistattraktioner känns oäkta och iscensatta. Målet är att tjäna pengar på turisterna genom att erbjuda dem olika former av upplevelser. Äkthet ses däremot ofta som något eftersträvansvärt och i sig värdefullt inom turismen, vilket också stämmer överens med mitt empiriska material då samtliga informanter var positivt inställda till upplevelser av något som de uppfattade som äkta. Många turister välkomnar delvis det kommersiella eftersom bekvämligheter och transportmöjligheter är viktigt för dem. Själva attraktionerna ska dock kännas äkta och inte iscensatta för turisten. Det finns alltså en motsättning mellan kultur och ekonomi som blir tydlig i upplevelsekonsumtionen (jfr Andersson Cederholm 2006: 96ff). Motsatsen mellan äkthet och bekvämlighet framkom när en av mina informanter beskrev att hon tyckte det var synd att hon inte hade haft mer genuina upplevelser under sin storstadsweekend. Hon menade dock att resan hade blivit alltför komplicerad och obekväm om hon hade haft autentiska upplevelser som mål, eftersom hon ansåg att man inte kunde få dessa under en sådan storstadssemester och därför hade varit tvungen att åka till en mindre, mer avlägsen ort:

*Då blir det ju genast jobbigare att hitta ett bra sätt att ta sig dit och antagligen går det inget bra flyg till det stället. /---/ Ja, man hade ju fått ta tag i det riktigt själv och inte bara gå in på internet och boka biljetter. Då hade man ju mer fått kolla upp, om jag flyger dit, och så buss därifrån och så åker bussarna där, så det hade blivit mycket större. (intervju 2: 14, 15)*

Denna syn på det äkta och autentiska är något som jag kommer att ta upp i slutet av kapitlet och beskriva mer utförligt och ur ett annat perspektiv. Att man bättre kan finna det äkta bortom storstäderna och till och med bortom de vanliga turistländerna är nämligen en etablerad åsikt.

Många städer försöker idag skapa områden för turister genom gentrifieringsprocesser, det vill säga uppgraderingar av områden som tidigare inte varit tillgängliga för turister. Det handlar ofta om gamla industriområden som idag inte längre är i bruk. Man utvecklar dessa områden och bygger nya kvarter i form av modern, spektakulär arkitektur. Det är dock ofta dessa nybyggnationer med sin senmoderna arkitekturen som för turisten känns oäkta, vilket till vis del kan kompenseras av de olika museerna och de gamla byggnader som får vara kvar. Liknande gäller för utvecklingen av så kallade waterfront projects. Många städer som ligger vid vatten använder denna möjlighet för omplanering och modernisering. Waterfront projects innebär att man uppgraderar gamla hamnområden eller andra byggnader som ligger i närheten



av vattnet för att skapa en attraktion för turister och göra platsen mer lockande (Urry 2002: 105f, 109f). I båda fallen är dessa gentrifierade och moderniserade områden väl besökta av turister och utgör en attraktion som erbjuder olika typer av upplevelser. Detta måste dock inte nödvändigtvis betyda att turisterna tycker att områdena känns genuina och äkta. Mina informanter hade ingen specifik åsikt om denna typ av områden och projekt, eftersom nästan ingen av dem hade besökt dessa delar av storstäderna. En av dem hade gjort det någon gång, men var inte intresserad av att tala om sina upplevelser där, utan beskrev istället städernas historiska delar och sin uppfattning om dem. En av mina informanter var inte ens medveten om att sådana områden fanns i storstäderna:

*Det är jag inte så medveten om. Om det inte är jättegamla grejer, som typ Eiffeltornet eller nåt sånt. Då är man medveten om att saker finns där, men annars är man inte så medveten om det. Eller inte jag i alla fall. (intervju 2: 23)*

John Urry (2002) menar att äldre byggnader och kvarter upplevs som mer autentiska än nyare, modernare, som ibland är planerade för att locka dit turister. Det är stadens kulturella och historiska arv som återspeglas i de äldre byggnaderna som ger turisterna intrycket av autenticitet och äkthet. Under mina intervjuer blev det tydligt att detta verkligen var viktigt för flera av mina informanter. De prioriterade historiska platser och byggnader, även om de också var intresserade av andra typer av sevärdheter.

*Och just att det är historiska platser och att man vet att själva staden är, även om det ju är tillbyggt under många, många år, men att den är rätt så gammal och man vet att det finns mycket historia kring platsen eller kring staden. (intervju 4: 6)*

De europeiska storstäderna är alla mycket gamla städer med en lång historia bakåt i tiden. De existerade långt innan turismen i dagens mening, även om det naturligtvis fanns resande även förr. Just kulturarv i form av arkitektur och historiska parker är populära sevärdheter och drar många turister. Mycket har renoverats och tillrättalagts så att det ska passa och locka turister.

*Jag har aldrig känt att det är tillrättalagt för turister i dom städerna jag har varit. /---/  
Utan det kändes mer som att: Ja, så här är det i vår stad, liksom. Nu har vi dom gamla fina byggnaderna och vi ska bevara dom för att dom är fina, det är kulturarvet och det*

*är inte bara för turister utan dom som bor i staden ska ju också trivas där.* (intervju 4: 7)

Min informant protesterade mot att storstäderna skulle vara tillrättalagda enbart för turister när jag tog upp temat. Det överensstämde inte med hans upplevelser. Det har diskuterats om man verkligen kan se sådana historiska turistattraktioner som autentiska, men under mina intervjuer fick jag intrycket att alla mina informanter upplevde dem som så och därför ansåg dem vara intressanta och att de gav en genuin upplevelse (jfr Urry 2002: 94f). Flera av dem upplevde just de äldre kvarteren som det äkta i storstäderna, eller som en av mina informanter uttryckte det: *"Det var äkta grejer."* (intervju 2: 14). Ofta var de inte heller lika intresserade av att besöka de gentrifierade områdena om de överhuvudtaget var medvetna om att de fanns *"För det mesta var det dom gamla stadskärnorna och dom gamla, ofta pampiga byggnaderna som lockade mest och som vi ville se."* (intervju 4: 4).

En av mina informanter menade att äktheten och genuiniteten förstärktes i storstäderna genom den stora populationen, eftersom en mängd människor levde sitt vanliga vardagsliv där, oberoende av turismen (intervju 4: 6). Även Urry tar upp denna aspekt av storstäderna och beskriver hur de har en stabil vardaglig grund att stå på. Han menar att det dagligen pågår ett liv bortom turismen vilket till stor del möjliggörs av städernas storlek (Urry 2002: 36f, 94f). Min informant tyckte att detta var en avgörande faktor och menade att storstäderna stod i stark kontrast till många badorter med charterturism där livet på många sätt kretsar kring turismen. Affärerna består där ofta av souvenirshops och arkitekturen huvudsakligen av hotell. För honom var det viktigt att det fanns ett vardagsliv på orten, annars tyckte han inte att platsen kändes äkta. Han ansåg att man hittade detta i storstäder: *"Ändå känner man i en storstad att det finns en vardag, vilket man kanske inte känner i ett hotellkomplex på Teneriffa till exempel."* (intervju 4: 6). Stadens stora population ger underlag och förutsättning för att kunna erbjuda mycket utöver det historiska och det kulturella arvet, nämligen shopping, nöje och underhållning, vilket kan kännas särskilt äkta där även den lokala befolkningen utnyttjar dessa faciliteter. Storstäder har naturligtvis fördelar i den internationella konkurrensen om turisterna på grund av sin storlek och det omfattande utbud som följer med många invånare (jfr Urry 2002: 36f, 94f). Det finns ett rikt nöjesliv i storstäder med biografier, teatrar och restauranger dit också ortsbefolkningen söker sig. Naturligtvis handlar det även här om att tjäna pengar, men inte om iscensatta turistattraktioner där målgruppen är uteslutande turister. Eftersom storstäderna har en stabil vardaglig grund att stå på, ett liv bortom turismen, har deras genuinitet inte kunnat förstöras av turisternas pengar (jfr Andersson Cederholm 2006:

103ff). Storstäderna erbjuder på ett naturligt sätt, på grund av deras historia och det pågående vardagslivet, en mängd spännande attraktioner och upplevelser samtidigt som de inte upplevs konstgjorda på det sätt som charterresmål ofta gör *”Det känns som att det är en blandning av turister och, ja, boende i staden. Allt blandar sig, så det känns ändå äkta på något sätt.”* (intervju 4: 6).

Den visuella aspekten är viktig för turisten och återspeglas i form av fotograferande, filmande och vykort som man ofta skickar till familj och vänner. Denna effekt erbjuds ofta i storstäder (Urry 2002: 3). Fotografier kan också ses som en aspekt av det äkta i städerna. De återger delar av den verklighet som storstäderna erbjuder och visar delar av livet som utspelar sig där. Detta kan också knytas till upplevelsen av det äkta på museer, där ofta bilder och fotografier spelar en viktig roll (Urry 2002: 127). Museer i allmänhet, menar Urry, är viktiga när det gäller upplevelsen av verkligheten och det äkta i städerna. Turister söker sig ofta till museer som erbjuder en inblick i *”de andras”* vardagsliv och verklighet. Med *”de andra”* avser Urry de människor som bor eller en gång i tiden bodde i staden, kanske i ett speciellt område (Urry 2002: 96). De flesta av mina informanter hade besökt museer under sin vistelse i storstäderna. Jag fick intrycket av att de såg museerna som ett intressant, kulturellt komplement till resten av storstadshelgen och inte som en huvudattraktion. Vilken typ av museum det handlade om skiftade dock. Någon hade varit intresserad av ett polismuseum, andra av konstmuseer medan en av dem helt enkelt hade besökt stadens största museum med blandat innehåll på grund av att det regnade en dag *”När jag var i Prag så regnade det första dagen och då är det ju kul om man har ett museum som man kan gå på.”* (intervju 4: 4). Naturligtvis gav dessa museer till viss del även en inblick i stadens och invånarnas historia och verklighet, men det var inget som mina informanter poängterade att de var särskilt intresserade av.

För att analysera det äkta i storstäderna kan man också resonera kring ett turistfenomen som kallas *”real holiday”* alltså den äkta/verkliga semestern. Kännetecknen för detta turistfenomen är att turisten söker sig bort från typiska turistmål till platser där verkligheten bakom turismen finns. Turister som väljer denna form av resande köper inga turistpaket utan lägger upp resan individuellt och letar sig ofta till specialiserade resebyråer som kan erbjuda denna individualitet. Ofta går resorna till länder som inte är vanliga att turista i, så som Syrien eller Bolivia. I fokus står då semester på landet och inte i staden. Anledningen är att man där vill finna det naturliga och äkta som inte är präglad av och tillrättalagt för turister (Urry 2002: 86f). Detta turistfenomen kan inte direkt överföras till storstadsweekends, men många av mina informanter ville också se och uppleva det äkta och

genuina i storstäderna, bortom turismen. Det vill säga att de ville söka sig bort från de typiska turistattraktionerna och upptäcka andra platser med en mer genuin känsla.

*Var fanns det äkta? Enligt min åsikt så var det utanför alla turistställena, så att säga. Där det inte var en massa turister, så att säga. Utan det var ställen där dom vanliga fanns. (intervju 3: 4)*

Här kan man dra paralleller till Urrys resonemang om den verkliga/äkta semestern, ”real holiday”, där turister söker sig bort från turismen under sina resor. Det fanns en önskan hos mina informanter att göra likadant, fast i europeiska och amerikanska storstäder och inte på landet i länder som inte är präglade av turism. Som jag beskrev i kapitlet *Upplevelsen* såg flera av mina informanter det som något negativt att många turister var samlade vid turistattraktionerna. Några av dem tyckte att det var störande att andra turister var närvarande. De menade att de andra turisterna försämrade upplevelsen av sevärdheterna och av städerna som helhet. I och med att andra turister var närvarande blev det tydligt för dem att de inte var med om något genuint, utan att det handlade om en planerad upplevelse som man knappast var ensam om. Platser som är skapade för turister, där man medvetet vill skapa autencitet med hjälp av olika visuella effekter eller genom att utforma platsen efter ett visst tema kan bli turistattraktioner, men de upplevs ofta inte som äkta av turisten (Urry 2002: 131). För vissa av mina informanter spelade andra turister dock mycket liten roll i upplevelsen av det autentiska, genuina.

*Jaa...alltså kanske är det, det är bara en känsla som man får, att det är äkta, och det har inte så mycket att göra med om det är en stor turistattraktion eller inte. Alltså, i Prag kände jag till exempel att det var väldigt äkta på något sätt, även om allt var fullt med turister och allt var turism, turism, turism. Ändå kändes det äkta. (intervju 4: 5)*

## Konklusion

Under mitt arbete har jag fokuserat på ett övergripande huvudtema: turistens upplevelser i storstäder. Jag har sedan delat upp huvudtemat i tre mindre områden och arbetat med dessa i tre olika kapitel under min analys. Mina teman är: *turistens upplevelser i storstäder*, *turistens upplevelse av det annorlunda* och *turistens upplevelse av det äkta*. Alla tre teman avser storstäder, eftersom jag har arbetat med storstadsweekends.

Upplevelser är en viktig del av turism i allmänhet och i synnerhet när det gäller storstadsweekends, vilket blev tydligt under mitt arbete. En storstad erbjuder en mängd olika attraktioner på en relativt begränsad yta och ger därför möjlighet till en intensiv weekend med många upplevelser. Det är dessutom enkelt och går snabbt att resa till en storstad över en helg för att ta del av det stora utbudet. Turistens upplevelse av det annorlunda i europeiska och amerikanska storstäder innefattar flera olika aspekter av det annorlunda. Det handlar både om att uppleva något annorlunda i motsats till vardagslivet, att komma bort, och om att uppleva det annorlunda i andra länder, som mat, språk och kultur. Dessutom har jag tagit upp hur turisten själv förändrar sig under sin storstadsresa. Slutligen har jag arbetat med turistens upplevelse av det äkta i storstäder. Här handlar det om hur upplevelsen av det äkta prioriteras och om vad som anses vara äkta. Jag har tagit upp områden som museer och arkitektur.

Uppsatsens huvudfrågor har alla på olika sätt kretsat kring ämnet upplevelser och mina informanternas syn på detta. Jag har undersökt berättelser om upplevelser och satt det i relation till storstäder. Samtliga informanter delade åsikten att storstadshelgen skulle vara en upplevelse. Det var något som de alla förväntade sig av resan. Anledningen till att de hade valt just en storstadsresa var det stora utbud av upplevelser i olika former som storstäderna erbjuder. Det handlade på många sätt om storstaden i sig. De nämnde storstädernas storlek, atmosfär och puls som en form av upplevelse som lockade dem. Att helt enkelt uppleva känslan i storstaden var viktigt för dem. De framhöll att storstäder erbjuder täta, intensiva upplevelser och menade att det var en avgörande anledning till varför de hade valt en storstadsresa framför en annan typ av semester. Att de bara hade åkt några dagar berodde på både tid och pengar.

Vad som ansågs vara en upplevelse varierade lite bland mina informanter, men det var ofta klassiska turistattraktioner som olika typer av sevärdheter, framför allt historiska och berömda byggnader, platser och stadsdelar, shopping, främmande matkultur, men även kontakter med ortsbefolkningen samt museer och konsthallar. Under analysen kunde jag inte bekräfta Leipers teori om turistattraktioner, då ingen av mina informanter valde resmål på grund av en viss primärattraktion. För alla handlade det om ett samspel av flera faktorer, där

ekonomin spelade en avgörande roll. Även om man bortser från den ekonomiska aspekten var det en mängd olika upplevelser som lockade mina informanter i städerna, inte någon enskild attraktion. Visserligen ville en informant särskilt se New York, men även i hennes fall berodde det på flera olika sevärdheter, inte minst på stadens puls och atmosfär. Möjligtvis skulle man kunna se atmosfären och pulsen som en sorts primärattraktion. Om man antar det så skulle Leipers attraktionssystem stämma i hennes fall, eftersom upplevelsen av New Yorks atmosfär och puls var huvudanledningen till hon hade valt staden som resmål. Då även mina andra informanter ansåg att framför allt de stora turiskattraktionerna hade skapat upplevelser under resorna kan man dra vissa paralleller med Leipers. Man skulle kunna säga att det inte är en primärattraktion som är avgörande för valet av resmål, men att flera tillsammans bildar en större form av primärattraktion. En av mina informanter beskrev tydligt att när han var ute efter en romantisk resa tittade han på storstädernas helhet och vad de hade att erbjuda i denna form, inte efter en enskild attraktion.

Mina informanter beskrev alla ett behov av att uppleva något annorlunda i motsats till deras vardagsliv. Det handlade om att komma bort och få omväxling. Detta berodde på den vardagstristess som många av dem upplevde. De tyckte att vardagen blev entonig efter ett tag och att man behövde komma iväg för att uppleva något annorlunda. Jag satte deras åsikter i relation till de så kallade push- och pull-effekterna, det vill säga faktorer som driver människor bort från deras vardagsliv respektive faktorer som lockar människor *till* en plats för att semestra. Mina informanter betonade båda sidorna av sina resor, men mitt intryck var trots allt att det var mycket viktigt för dem att komma bort. Upplevelsen av det annorlunda spelade också en viktig roll, men utlösaren till resorna hade, enligt min uppfattning, ofta varit önskan att komma bort. Detta gällde dock inte för alla, den av dem som hade åkt till New York hade haft denna dröm sedan länge och för henne stod upplevelsen av det annorlunda i fokus. Upplevelsen av det annorlunda handlade både om skillnaderna länderna emellan och om upplevelsen av storstadens storlek som motsats till Lund och Malmö. Dessutom tyckte mina informanter även att de själva hade förändrats under sina storstadsweekends. Något som förvånade mig var att de alla snabbt svarade jakande på frågan om de hade märkte någon skillnad hos sig själva. De förklarade gärna utförligt hur de hade kunnat fly från sitt vanliga jag och hur de hade förändrats under sina resor. Vad gäller främmande kulturer tyckte mina informanter att upplevelsen av det annorlunda hade varit mer eller mindre stark. Det handlade om klassiska saker som kultur, mat och språk. Någon nämnde att det var mer strikt och ordentligt i Sverige beträffande stadsbilden. Det var alltså flera olika saker som utgjorde upplevelsen av det annorlunda i storstäderna.

Under mina intervjuer talade informanterna gärna om upplevelsen av det äkta, men det blev tydligt att denna inte hade stått i fokus för dem själva, så som upplevelsen av det annorlunda hade gjort. Vissa av informanterna ansåg att man hittade det äkta bortom turismen och städernas centrum, i förorter, medan andra menade att de stora turistattraktionerna gav autentiska upplevelser, oavsett hur många andra turister som var närvarande. Samtliga informanter förknippade upplevelsen av det äkta ofta med historiska kvarter och byggnader, men också med det vardagliga, som då bostadsområden i utkanten av städerna. Att komma i kontakt med ortsbefolkningen var även något som generellt sett ansågs ge en autentisk upplevelse. Bland informanterna rådde delade meningar om möjligheten att uppleva något äkta. Vissa ansåg att det inte var möjligt under en storstadsweekend, medan andra beskrev att de hade haft flera genuina upplevelser. En förklaring till detta kan vara att upplevelsen av det äkta är något mycket subjektivt och att mina informanter lägger olika betydelser i begreppet. Det som den ena anser vara en autentisk upplevelse kanske den andre inte alls upplever som sådan.

## Källor

### Otryckta källor

Fyra intervjuer, gjorda under november 2006

Lund, Folklivsarkivet (LUF): intervjuer

### Litteratur

Andersson Cederholm, Erika 2006: Pengar och turism. I: Linné, Tobias & Persson, Marcus (red.), *Pengar – Människan och hennes betalningsmedel*. Lund: Studentlitteratur.

Aronsson, Lars 2001: Reflektioner kring turismforskning – igår, idag och imorgon. I: Aronsson, Lars & Karlsson, Sven-Erik (red.), *Turismens och fritidens mångfald*. Karlstad: Universitetstryckeriet.

Blom, Thomas & Nilsson, Mats 2001: Lockelser i det okända. I: Aronsson, Lars & Karlsson, Sven-Erik (red.), *Turismens och fritidens mångfald*. Karlstad: Universitetstryckeriet.

Goffman, Erving 2000: *Jaget och maskerna – En studie i vardagslivets dramatik*. Stockholm: Bokförlaget Prisma.

Karlsson, Sven-Erik 1994: *Natur och kultur som turistiska produkter*. Göteborg: Vasastadens Bokbinderi AB.

Löfgren, Orvar 1999: *On Holiday: A History of Vacationing*. Berkeley, Calif.: Univ. of California Press.

O'Dell, Tom 2002: Upplevelsens lockelser, tingens dynamik. I: O'Dell, Tom (red.), *Upplevelsens materialitet*. Lund: Studentlitteratur.

Urry, John 2002: *The Tourist Gaze*. London: Sage.

Wolf, Eva 2001: *Med charter till Estoril*. Göteborg: Novum Grafiska.