

Vem finns med på framtidsståget?

- En studie av Karlskronas kollektiva identitet, såsom den upplevs av stadens befolkning, jämfört med hur den framställs av stadens makthavare.

Abstract

The first purpose of this thesis is to investigate if, how, and why the perceived collective identity in the town of Karlskrona has changed. Collective identities can due to their socially constructed nature change rapidly in light of new collective experiences. The reason for suspecting such a change in Karlskrona is the immense impact that the change in the global economy, according to Saskia Sassen, has on cities. By interviewing politicians and media representatives from Karlskrona the perceived identity is drawn. The second purpose of this thesis will then be to test if the identity as it is perceived by Karlskronas habitants differ from the one that town officials present through city marketing. This is done by comparing the results from the interviews with marketing material from Karlskrona aimed at investors, visitors and habitants. By doing so I conclude that, one; the perceived collective identity has changed and is probably still being reformed, and two; the identity as it is being presented in Karlskronas marketing differ from how it is perceived by the habitants, mostly by being more one sided.

Key words: Karlskrona, Collective identity, City marketing, Changing Collective identity, Cities

Innehållsförteckning

1	Inledning	1
1.1	Syfte och frågor.....	2
2	Teoretiskt ramverk	3
2.1	Identitet.....	3
2.1.1	Kollektiva identiteter.....	4
2.1.2	Vad består kollektiva identiteter av och vad har de för funktion?	4
2.1.3	Individ – kollektiv	5
2.1.4	Var kommer kollektiva identiteter ifrån?	5
2.1.5	Förändring av kollektiva identiteter	6
2.2	Globala processer – staden och Karlskrona	7
2.2.1	Ny funktion för städer – ny funktion för Karlskrona?	7
2.2.2	Förändrad befolkningssammansättning.....	7
2.3	Marknadsföring av staden – elitperspektiv på stadens identitet.....	8
2.3.1	Det enkla möter det komplexa... ..	8
2.3.2	...och ett glapp kan uppstå	9
3	Att komma åt identiteten...	10
3.1	...som den upplevs hos befolkningen	10
3.2	...som den framställs av stadens makthavare	11
4	Den upplevda identiteten i Karlskrona	12
4.1	Militärer och arbetare	12
4.2	u-båtsjakt	13
4.3	Militären försvinner – ovisshet?.....	14
4.4	Men militären har fortsatt betydelse.....	15
4.5	Början till en ny identitet.....	15
4.6	Öppenhetens kontradiktion och Karlskronabornas nya fiende	17
4.7	Karlskrona med utblick mot östersjön och framtiden	18
4.8	Vad är Karlskrona geografiskt?.....	19
4.8.1	Stolthet kopplad till fysiska miljöer	20
4.9	Vad är Karlskronaborna inte?	20
5	Karlskronas makthavares framställning av stadens identitet	23

5.1	Militär- och arbetarprägel?.....	23
5.2	Förändrad näringsstruktur?	24
5.3	Den nya öppenheten?	26
5.4	Orienteringen österut.....	26
5.5	Vad är Karlskrona geografiskt?.....	27
5.6	Nazism går ju inte att marknadsföra	28
6	Sammanfattande diskussion och svar på.....	29
6.1	...uppsatsens första fråga	29
6.2	...uppsatsens andra fråga	30

1 Inledning

1680 anlades staden Karlskrona av Karl XI, staden var tänkt som en hörnsten i försvarandet av Sverige. Under årens lopp sedan dess har staden också haft en militärstrategiskt viktig funktion. I mars 2006 anordnar Karlskrona en av melodifestivalens deltävlingar i det nybyggda idrotts, evenemangs och konferenscentret Vodafone arena¹. Arenan är uppförd på Rosenholm, det område där kustartilleriet huserat fram tills dess att det gick i graven 2000. Ut med det gamla och in med det nya är en fras som inte känns helt obefogad i sammanhanget. Utmärkt PR förstås, såväl för staden som för dess nybyggda arena. Men har denna bild av staden en förankring i hur Karlskronaborna ser sin stad och upplever sin samtid? Har Karlskronaborna blivit en bunt schlagerälskande kostymnissar med fåbless för folkhälsa? Givetvis är bilden alldeles för snäv och ingen skulle förmodligen ens tänka tanken på att hävda att så var fallet, oavsett vilken stad det handlar om.²

Lika lite kan undertecknad ställa upp på den allmänt kända bilden av Karlskrona som ett nazistfäste. Ändå möts jag ibland av, förvisso skämtsamma, kommentarer som vill göra gällande att Karlskronabor är nazistpack. Förmodligen vill därtill de allra flesta Karlskronabor hävda att de faktiskt finns till, trots att stora delar av Sveriges befolkning förmodligen skulle vilja placera Blekinges residensstad någonstans i Skåne eller Småland. Exemplet jag här dragit kan te sig en aning drastiska, men jag menar att de väl tjänar sitt syfte; att visa på en skillnad mellan hur olika grupper, med olika intressen, för ut sin bild av staden och hur Karlskronas befolkning kollektivt uppfattar sin stad. I en ledare i en av stadens två länstäckande lokaltidningar menar skribenten att bilden av Karlskrona förknippar staden nästan enbart med dess marinbas (BLT 25/4-06). Vidare är ledarens budskap att stadens politiker och turistnäring borde kunna marknadsföra staden på ett bättre vis för att på så vis förbättra stadens image (Ibid.). Vems bild förs då ut och hur väl representeras den uppfattade kollektiva identiteten?

¹ Det här var på tiden innan Vodafone blev Telenor och arenans namn blev Telenor arena Karlskrona.

² Nej, inte ens Stockholm.

1.1 Syfte och frågor

Det finns i min mening anledning att misstänka att Karlskronas kollektiva identitet förändrats med de processer och händelser som beskrivs nedan i åtanke. Men upplever stadens befolkning att identiteten har förändrats och i så fall hur och varför? Ett första syfte med uppsatsen blir att utröna hur stadens kollektiva identitet upplevs se ut idag och vad som upplevs ligga till grund för hur den ser ut. En första fråga att besvara blir därför;

Har Karlskronabornas föreställningar om stadens kollektiva identitet förändrats och i så fall hur och varför?

Uppenbart från inledningen är dessutom att olika grupper av människor har olika intressen då det kommer till att presentera staden för omvärlden. Demokratiska politiska ledare är, för sin fortsatta legitimitet, i behov av att människorna i det samhälle de representerar upplever samhället som positivt (jfr. Petersson, 2001: 8, Wagnesson, 2003: 79). Wagnesson menar att identiteter kan ta sig olika uttryck beroende på om det är eliten eller folkopinionen som för ut den (Wagnesson, 2003: 78). Jag är intresserad av att undersöka huruvida det föreligger en diskrepans mellan Karlskronabornas självbild och den bild av staden som dess beslutsfattare vill presentera. Ett sådant glapp skulle kunna visa på en skillnad mellan styrande och styrda och kan i förlängningen utvecklas till ett legitimitetsproblem för stadens makthavare. Således blir ytterligare ett syfte att jämföra Karlskronas identitet som den upplevs av stadens befolkning med den identitet som framträder då staden marknadsförs utåt, vilket mynnar ut i uppsatsens andra fråga;

Framställer de styrande i Karlskrona stadens identitet på ett annat sätt än stadens befolkning?

2 Teoretiskt ramverk

Med det här kapitlet är det min avsikt att lägga grunden för de kommande analysdelarna. Här kommer således, i tur och ordning, kollektiva identiteter, generella utvecklingslinjer i staden samt stadsmarknadsföring som elitperspektiv på stadens identitet att avhandlas.

2.1 Identitet

Enkelt uttryckt har alla människor en egen identitet. Alla människor har ett unikt sätt att relatera till sin omgivning samt till sina medmänniskor (jfr. Kinnvall, 2003: 11). Individens identitet ger svar på frågorna *vem är jag?* och *vem är jag inte?* Identiteter handlar inte om personers olika fixerade förmågor eller karaktäristika, utan är snarare föränderliga uttryck för positionering gentemot omvärlden (Ibid.). Med andra ord är identitet inte någonting som finns enbart inom en människa utan är i mycket beroende av det som finns utanför och runt individen (Ringmar, 1996: 79). Tajfel menar att det är ett dialektiskt förhållande där omgivningen påverkar individen och vice versa (Tajfel, 1978: 39) Egentligen är det möjligtvis mer rättvisande att hävda att alla människor har flera identiteter (Tilly, 2002: 19, Petersson, 2003: 36). En person kan på samma gång identifiera sig som europé, muslim, lärare och förälder (jfr. Petersson, 2003: 36). Dessa olika identiteter fungerar som ett slags filter eller linser genom vilka olika individer ser och bildar sig uppfattning om skeenden i vardagen (Bar-Tal, Petersson, 2001: 7).³

Olika identiteter kan lyftas fram och fungera som filter beroende på vilken situation bäraren av identiteten befinner sig i (jfr. Petersson, 2003: 36). Exempelvis kan det tänkas att den europeiska identiteten inte ligger i förgrunden då barnen ska hämtas från dagis. Identiteter är alltså kontextberoende och blir meningsfulla först när de sätts i ett sammanhang (Petersson & Robertson, 2003: 7). Det är med andra ord tal om sociala identiteter som grundas på gruppindelningar och kategoriseringar (Bar-Tal, 2000: 5). Vilken social identitet som individen antar är en fråga om vilken grupp han/hon finns i och hur denna grupp positionerar sig i förhållande till sin omvärld. En individs sociala identitet kan hämta sitt stoff från olika grupperingar eller kollektiv (jfr. Bar-Tal, 200: 5).

³ Petersson föredrar termen linser men jag ser ingen betydande skillnad.

2.1.1 Kollektiva identiteter

Bar-Tal talar om samhällsomfattande föreställningar, vilket enligt mig är att likställa med samhällsomfattande självbilder. Båda är viktiga delar av den kollektiva identiteten och de ger en partiell bild av identiteter utifrån ett inifrånperspektiv. Bo Petersson behandlar just självbilder i sin bok *National Identities and Regional Self-Images in Russia*. Petersson menar att en kollektiv självbild är en viktig beståndsdel av den kollektiva identiteten (jfr. Petersson 2001: 6). Samhällsomfattande föreställningar definieras av Bar-Tal som hållfasta föreställningar med beståndsdelar som ses som karaktäristiska för samhället och som delas av samhällets medlemmar (Bar-Tal, 2000: 39). Att föreställningen eller självbilden skulle delas av alla samhällets medlemmar är dock otänkbart (Petersson, 2001: 17). Istället handlar det om att så många individer som möjligt ska anse att en föreställning om samhället verkligen kännetecknar samhället. I den här uppsatsen kommer jag att undersöka den upplevda identiteten utifrån ett inifrån perspektiv. Jag kommer således framöver att behandla självbilder och föreställningar synonymt med kollektiva identiteter.

2.1.2 Vad består kollektiva identiteter av och vad har de för funktion?

Kollektiva identiteters totala innehåll är så komplext och stort att det är omöjligt att försöka beskriva dem till fullo (Petersson, 2003: 37). Kollektiva identiteter innehåller den upplevda kunskapen om ett samhälle (Bar-Tal, 2000: 43). Självbilder har en kognitiv och en affektiv komponent. Den kognitiva verkar för att människor ska förstå vad deras samhälle består av och den affektiva är det lim som binder människor i ett kollektiv samman (Petersson, 2001: 7). Just vetskapen om att föreställningar delas är en viktig komponent för samhället i sig (Bar-Tal, 2000: 4), eftersom själva förekomsten av ett kollektiv bygger på att dess medlemmar identifierar sig som medlemmar av kollektivet (Bar-Tal, 2000: 50). Vetskap om att andra medlemmar av kollektivet delar samma föreställningar om samhället gör att föreställningarna vinner i upplevd validitet (Bar-Tal, 2000: 9). Kollektiva identiteter fungerar som källa för individers olika sociala identiteter. Individer har ett intresse eller ett behov av att tillhöra kollektiva identiteter eftersom de kan ge vägledning, trygghet och känslomässig tillfredsställelse (Clark & Petersson, 2003: 8). Att identiteter är vägledande, ska inte tolkas som att identiteter förutbestämmer individers handlande enligt ett visst mönster, men de finns däremot med som en referenspunkt när beslut om handling ska tas (Ibid.).

Kollektiva identiteter svarar, till synes självklart, på frågorna *vilka är vi?* och *vilka är vi inte?* Lika viktigt som vad som finns innanför en viss gemenskap, är det således att identifiera vad som finns utanför (Petersson, 2001: 8). Tajfel talar just om det här behovet för människor att identifiera sig med och favorisera ingruppen på bekostnad av utgrupper (Tajfel 1978: 43). Alla samhällen har en uppsättning kriterier för vem den andre är och hur den bör behandlas (Yuval-Davies, 1997: 47). Att hamna utanför ett kollektiv kan innebära stora problem för individen, gruppen och samhället (jfr. Clark & Petersson, 2003: 8). Petersson

menar att det ofta i samhällsvetenskaplig forskning har handlat om att visa på förekomsten av fiendebilder, men att det finns långt mindre drastiska exempel på hur människor identifierar sig bort ifrån andra grupper och deras karaktäristika (Petersson, 2001: 9).

2.1.3 Individ – kollektiv

Förhållandet mellan individ och kollektiv är ett omdiskuterat sådant (Kinvall, 2003: 31). Frågan är förstås om samhället kan sägas ha föreställningar som ligger bortom de individer det består av. Enligt Bar-Tal är det oväsentligt vad enskilda medlemmar av samhället anser vara kännetecknande för samhället, eftersom föreställningarna finns oberoende av individer (Bar-Tal, 2000: 39). Individer är ju kollektivets medlemmar och fysiska beståndsdelar, varför det vore logiskt att anta att inget kollektiv kan existera utan individer. Å andra sidan är det som Ginsberg påpekar svårt att tänka sig en individ utan ett kollektiv (Ginsberg, 1964: 40). Kollektivet finns ju på sätt och vis innan individen inträder i det (Ibid.). Men långt ifrån allt beteende är relaterat till individers gruppmedlemskap (Tajfel, 1978: 43) Således är det inte aktuellt att tala om en kollektivets folkvilja som kan tänkas gå emot dess medlemmars vilja (Ginsberg, 1964: 41). Det kan med andra ord finnas olika föreställningar inom ett och samma samhälle om vad samhället är och vad som kännetecknar det. Dock finns det sådana föreställningar som delas av de allra flesta i samhället och som då kan sägas vara alldeles särskilt karaktäristiska för kollektivet. Bar-Tal kallar dessa föreställningar för samhällets etos (Bar-Tal, 2000: 72).

2.1.4 Var kommer kollektiva identiteter ifrån?

Viktigt att hålla i tankarna är att kollektiva identiteter är socialt konstruerade och därmed kommer till genom en sorts förhandling i samspelet mellan samhällets medlemmar. Samhällsomfattande föreställningar grundas i processer och händelser som av samhällsmedlemmarna anses vara av vikt för att förstå samhället (Bar-Tal, 2000: 60). Dessa kollektiva upplevelser bör involvera en stor del av samhällets medlemmar samt ha relevans för hela samhället (Bar-Tal, 2000: 57). Det kan handla om skeenden långt tillbaka i tiden, sådana som är aktuella idag och som har betydelse för framtiden (Ibid., Petersson, 2001: 7f). Tillbaka i tiden är det vanligt att samhällen blickar mot uppfattade *guldåldrar* eller försöker finna ett gemensamt ursprung i historien (Petersson, 2001: 10, Bar-Tal, 2000: 43). Men det kan även handla om tidsåldrar och händelser som relateras till skamkänslor (Petersson, 2001: 22). Att föreställningar har betydelse för framtiden innebär att ett samhälle kan ha gemensamma uppfattningar om vad de kommer och önskar att uppnå (Ringmar, 2001: 73). Tidsdimensionen är helt klart en viktig del av identitetsskapande, framförallt ter det sig komplicerat inte att fastställa en identitet utan att referera bakåt i tiden (jfr. Ringmar, 2001: 77).

Men även den spatiella dimensionen har betydelse eftersom det blir svårt att tänka sig en tidsdimension utan att tänka sig en rumsdimension (jfr. Petersson, 2001: 28). Erickson och Roberts menar exempelvis att människors sätt att relatera till en plats är en viktig del av deras identitet (jfr. Erickson & Roberts, 1997: 36). Jag menar dock, i enighet med Castells, inte att rummets fysiska attribut som sådana ger upphov till särskilda bestämda identiteter (Castells, 1998: 74). Det vill säga att stadens hus, gator och gränder per automatik skulle ge upphov till en specifik stadsidentitet. Det fysiska rummet får betydelse först när det fylls av innehåll och betydelse i en social kontext (jfr. Ringmar, 2001: 77). Exempelvis ses ju tunga fabriker i stadsmiljö, som förr var ett framgångskoncept, nu som ett tecken på social nedgång (Book & Eskilsson). Billig talar om en slags banal nationalism som på ett subtilt vis, genom signaler i det fysiska rummet, hela tiden påminner en nations befolkning om dess identitet och vilka som är att anses som främlingar (Billig, 1995). Nationer är enligt Billig bara en förlängning av samhällen och det är därför inte svårt att översätta till mindre sammanhang. Således är det intressant att även leta i rummet efter identitetens beståndsdelar.

2.1.5 Förändring av kollektiva identiteter

Kollektiva identiteter är hållfasta över tiden (Bar-Tal, 2000: 69) detta eftersom de hjälper till att forma samhället vilket är i behov av kontinuitet. Men att de är hållfasta innebär inte att de är oföränderliga, det ligger i identiteters natur att de är föränderliga (Bar-Tal, 2000: 69). Frågan är då bara vad som leder till förändring av kollektiva identiteter? Kollektiva identiteter ändras kontinuerligt till följd av att den sociala omgivningen, alltså den upplevda verkligheten, förändras (Bar-Tal, 2000: 72, Petersson, 2003: 37). Men det är även vanligt att korta processer, såväl som enstaka, i tiden isolerade händelser, leder till förändring av föreställningar angående samhället (Ringmar, 2001: 83). Ringmar kallar händelser och processer som leder till att identiteter förändras för formativa moment (Ringmar, 1996: 77). För samhället handlar det om historiska brottpunkter då det sätt på vilket samhället uppfattas av dess medlemmar måste omvärderas (Ibid.). Det kan exempelvis handla om krig, nya uppfinningar eller nya upptäckter (Ibid.), men givetvis även mindre dramatiska skeenden. Det handlar helt enkelt om att nya sätt att förstå och tolka tillvaron blir tillgängliga och nödvändiga (Ringmar, 1996: 145). Kort och gott kan sägas att ett samhälle har de föreställningar det behöver, så länge det behöver dem eller så länge de uppfattas som valida (Bar-Tal, 2000: 69, Ringmar, 1996: 84). Förhållandet är dock, som tidigare nämnts avseende identiteter, dialektiskt. Vilket innebär att samtidigt som självbilder påverkas av samhället så sker påverkan även i motsatt riktning. Nya föreställningar följer inte ett på förhand givet schema, utan skapas genom förhandlingar mellan samhällets medlemmar. Därför kan det under perioder då identiteter förändras finnas flera olika konkurrerande vis att tolka och förstå det omgivande samhället (Ringmar, 2001: 85).

2.2 Globala processer – staden och Karlskrona

Saskia Sassen, och jag med henne, menar att städernas utveckling på senare år inte kan förstås utan att inkludera omvälvande förändringar i de globala ekonomiska systemen (Sassen, 1994: 116). En av de mest avgörande utvecklingarna är att flödet av kapital världen över ökat dramatiskt avseende hastighet samt inflytande de senaste tjugo åren (Sassen, 1994: 9). I den nya ekonomin har den tunga industrin förlorat sin betydelse och navet utgörs istället av högteknologisk industri i vad som allmänt brukar kallas för informationssamhället (Sassen, 1994: 1). Castells beskriver samma utveckling som en av de processer vika tillsammans lett till vad han kallar nätverkssamhället (Karlsson, 2003: 79). Därmed menar jag förstås att även Karlskronas utveckling måste förstås i ljuset av de processer som Sassen beskriver.

2.2.1 Ny funktion för städer – ny funktion för Karlskrona?

Enligt Sassen får vissa städer en ny betydelse i egenskap av centrala noder med ansamlingar av globala tjänste- och teknologiföretag samt dess styrfunktioner (Sassen, 1994: 9). Dessa städer med störst betydelse kallar Sassen för ”Global cities” (Ibid.). Motsvarigheten till globala städer kan utgöras av mindre städer på regional nivå (Sassen, 1994: 4). Karlskrona ligger i linje med denna utveckling och i staden finns en rad olika firmor med IT-inriktning, en teknisk högskola och högteknologiska industrier. Ojämligheter i resurstillgång har uppkommit till följd av den tävlan som förekommer städer emellan för att locka till sig investeringar (Sassen, 1994: 5). Gamla industri- och hamnstäder tappar mark i den nya globala ekonomin (Sassen, 1994: 43). Sassen menar därtill att även forna militärstäder kan gå samma öde till mötes då de tappar sin forna betydelse till följd av ändrade försvarspolitiska omständigheter (Ibid.). Sistnämnda är förstås högst aktuellt i fallet Karlskrona, där kustartilleriregementet nyligen lagts ned.

2.2.2 Förändrad befolkningssammansättning

Sassen berör även hur förändrad sammansättning av befolkningen till följd av invandring kan tänkas påverka städer i den nya globala ekonomin (Sassen 1994: 46). Sassen talar om de flyktingströmmar, från Östeuropa, Afrika och Mellanöstern, som väntar och till viss del redan kommit till Europas städer samt deras främst negativa inverkan (Ibid.). Här handlar det dock mest om den negativa inverkan som inflyttade utomeuropéer har på europeiska städer (jfr. Ibid.). Wigerfelt & Wigerfelt beskriver i sin bok *Rasismens yttringar* en tilltagande rasism bland ungdomar i den skånska kommunen Klippan under 1990-talet (Wigerfelt & Wigerfelt, 2001). Författarna talar om lokalism (Wigerfelt & Wigerfelt, 2001: 58), vilket jag menar är en form av kollektiv identitet. Alltså har vi att göra med en förändring av kollektiv identitet. Dock menar författarna inte

att inflyttning leder till rasism, men att det kan fungera som en katalysator (Wigerfelt & Wigerfelt, 2001: 66). Även Karlskrona tog under 90-talet emot invandrare och även här förekom rasistiska och nynazistiska grupperingar.

2.3 Marknadsföring av staden – elitperspektiv på stadens identitet

I den här uppsatsen får stadsmarknadsföring tjäna som exempel för ett elitperspektiv⁴ på stadens identitet. I och med den ökande konkurrensen mellan olika städer har intresset för det lokala ökat och därmed menar Erickson och Roberts att det får anses vara en naturlig följd att platser, dess identitet och dess image marknadsförs och utnyttjas som en komparativ fördel (Erickson & Roberts, 1997: 37). Marknadsföring av städer är ofta ett sätt att leda uppmärksamhet från negativa uppfattningar eller en strategi som stadens beslutsfattare tar till då stadens funktion av olika anledningar ändrats (jfr. Book & Eskilsson, 1999: 31). Det är vanligt att sätta marknadsföring av städer i samband med den världsekonomiska utveckling som ägt rum de senaste årtiondena, och som beskrivits närmare ovan (jfr. Mukhtar-Landgren, 2005: 80, Paddison, 1993: 339). Marknadsföring är den process då en produkt formas för att passa en tilltänkt publik (Hall, 2001: 127).

2.3.1 Det enkla möter det komplexa...

Men städer är inte produkter, de skiljer sig från produkter såtillvida att de är långt mer komplexa än traditionell marknadsföring tillåter (Erickson & Roberts, 1997: 37, Törnquist, 1996: 66). Därför är det även svårt att bestämma stadsmarknadsföringens publik. Tre potentiella mottagare av stadsmarknadsföring som ofta nämns är; redan befintlig befolkning, potentiella investerare och besökare (Erickson & Roberts, 1997: 39, Paddison, 1993: 341). Ofta ligger ekonomiska motiv bakom när städer marknadsförs (jfr. Hall & Page, 2003: 27f, Mukhtar-Landgren, 2005: 80). Således kan ett ensidigt fokus uppstå kring det som är enkelt och lönsamt att marknadsföra, medan andra delar åsidosätts (Hall, 2001: 119). Det kan enligt Hall förväntas att stadens image, då den marknadsförs, kommer att förvanskas och manipuleras (Hall, 2001: 120).

⁴ Elit kommer i den här uppsatsen att användas som en synonym för kollektivet av stadens makthavare eller beslutsfattare.

2.3.2 ...och ett glapp kan uppstå

Därmed uppstår alltså möjligheten av ett glapp mellan den kollektiva identitet som finns bland stadens invånare och den bild av staden som presenteras i marknadsföringsmaterialet (jfr. Erickson & Roberts, 1997: 45, Hall & Page, 2003: 27f). Att ett glapp kan uppstå är en följd av att stadens image, precis som identiteter, är socialt konstruerad (jfr. Knox & Marston, 2004: 2). Därmed kan även den marknadsförda bilden av staden ge upphov till förändring i stadens kollektiva identitet. I och med detta dialektiska förhållande är det egentligen omöjligt att, som exempelvis Erickson & Roberts, tala om en genuin eller egentlig identitet som manipuleras genom marknadsföring. Men det finns såklart ändå en möjlighet för uppkomsten av ett glapp mellan den upplevda identiteten och den marknadsförda bilden. Eller med andra ord ett glapp mellan hur stadens befolkning uppfattar den kollektiva identiteten och hur stadens makthavare vill framställa stadens identitet.

3 Att komma åt identiteten...

3.1 ...som den upplevs hos befolkningen

Eftersom en identitet på grund av sin föränderliga, komplexa och kontextbundna natur aldrig tillåter att kartläggas till fullo (Petersson, 2003: 36), blir det istället meningsfullt att undersöka dess yttringar och beståndsdelar, för att på så vis kunna redogöra för delvis i tiden isolerade representationer av identiteter (Petersson, 2003: 42). Dessa blir ändå meningsfulla eftersom nuet egentligen aldrig kan existera, utan det enda som finns är förväntningar och minnen av nuet (Ringmar, 1996: 76). Föreställningar om identiteter representerar hur människor försöker sträcka ut nuet framåt och bakåt i tiden för att kunna förhålla sig till sin egen vardag (jfr. Ringmar, 1996: 76). Identiteter ligger för det mesta under ytan för att användas av människor, högst omedvetet, i det vardagliga livets olika situationer (Petersson, 2001: 18f, Ringmar, 2001: 83). Det här gör att självbilder är enklast att undersöka då samhället utsätts för förändring och självbilder måste omvärderas (Petersson, 2001: 18f). För att undersöka Karlskronas identitet anlägger jag ett inifrånperspektiv och anser, i likhet med Petersson, att samtalsintervjuer är en synnerligen väl lämpad metod (Petersson, 2003: 39).

Jag kommer att intervjua personer som jag anser har en nyckelposition, och därför kan anses vara goda uttolkare av Karlskronas självbilder och föreställningar. Dessa personer är:

- Hans Bülow, politisk chefsredaktör på Sydöstran.
- Inga-Lena Fischer, politisk redaktör på Blekinge Läns Tidning.
- Mats Johansson, socialdemokratiskt kommunalråd.
- Kent Lewén, folkpartistiskt oppositionsråd.
- Calle Mattisson, Chefsredaktör Blekinge Läns Tidning

Jag menar dock på intet vis att dessa respondenters svar kommer att vara möjliga att generalisera utifrån. Svaren är intressanta ändå som representationer av vad dessa individer anser att det är att tillhöra den kollektiva identiteten (jfr. Petersson, 2003: 42). Alla utsagor är av intresse, eftersom de tillfrågade svarar utifrån en position som uttolkare av kollektivets identitet. Jag kommer således att redovisa såväl när de intervjuade uttrycker liknande synsätt som när de skiljer sig åt.

Hur som helst finns det här anledning att stanna upp och fundera över den eventuella motsättning som föreligger. Eftersom jag senare i uppsatsen har för avsikt att kontrastera de bilder jag drar av identiteten från intervjuerna med

Karlskronas makthavares framställning av staden kan valet av intervjupersoner väcka betänkligheter. Politiker⁵ och journalister är ju i allra högsta grad makthavare och är därmed att jämföras med en elit. Därmed vore det förmodligen mer korrekt att undersöka ett glapp mellan den bild som stadens makthavare har privat och den bild som presenteras utåt. De slutsatser som senare dras måste alltså ses i ljuset av detta förhållande. Det här problemet behöver emellertid inte överdrivas. Dels eftersom de intervjuade på grund av sina yrken har anledning att kontinuerligt fundera över opinionen och dels eftersom de tillfrågas som utolkare av Karlskronabornas identitet.⁶

Intervjufrågorna är varken fullt ut standardiserade eller strukturerade eftersom jag vill ge respondenterna möjlighet att svara på frågorna efter eget huvud och med egna ord (jfr. Patel & Tabelius, 1987: 103). Frågorna följer min intervjumall⁷, men frågeordning kan variera till följd av intervjusituationen. Dessutom kommer följdfrågor att ställas då jag anser att så behövs. På så vis flyter samtalet naturligt samtidigt som jag får svar på mina frågor (jfr. Esaiasson *et al.* 2001: 290f). Att jag i min roll som forskare och de intervjuade i sina respektive yrkesroller kommer att förstå och tolka varandra på olika vis, samt att detta kan påverka de svar som ges är jag fullt medveten om (jfr. Alvesson & Deetz, 2004: 128). För att minimera risken för missförstånd har jag innan intervjuerna via mail redogjort att intervjun kommer att handla om Karlskronas identitet.

3.2 ...som den framställs av stadens makthavare

För att undersöka om det förekommer en diskrepans mellan hur stadens invånare uppfattar sig själva och hur stadens makthavare vill framställa staden kommer jag att genomföra en kvalitativ analys av bilder och text. Via närläsning av materialet önskar jag lyfta fram de underliggande meningar som förmedlas (jfr. Esaiasson *et al.* 2001: 233). Materialet för den här delen av analysen utgörs av ett urval av Karlskronas marknadsföringsmaterial⁸. Detta eftersom jag menar att stadens marknadsföring motsvarar den bild av staden som dess makthavare önskar föra ut. För att ge en så rättvisande bild som möjligt har material riktat till företag, befintliga invånare, besökare och eventuella inflyttare inkluderats. För att analysera marknadsföringen kommer jag att utgå ifrån de svar jag fått ut från intervjuerna och jämföra vilka likheter respektive skillnader som eventuellt föreligger.

⁵ De två kommunpolitikerna Mats Johansson och Kent Lewén vållar i detta avseende störst problem eftersom det marknadsföringsmaterial jag undersökt utges av just Karlskrona kommun.

⁶ Jag har även testat intervjuresultaten mot en kontrollgrupp bestående av elever från gymnasieklass SMIL 1B från Ehrens värdska gymnasiet. Resultatet från kontrollgruppens svar har inte gått emot mina tolkningar av intervju svaren. Frågorna till fokusgruppen finns i bilaga: 5 och resultaten i bilaga: 6.

⁷ Se bilaga 1: Intervjumall

⁸ Urvalet finns redovisat i referenslistan som Mf1-5.

4 Den upplevda identiteten i Karlskrona

För att kartlägga Karlskronas befolknings upplevda identitet kommer jag att leta efter skeenden och händelser som anses viktiga tillbaka i tiden, i nutiden samt vad som anses viktigt för framtiden. Jag kommer även att kontrollera om det finns en kollektiv medvetenhet om vilket kollektiv som utgör Karlskronabor. Motsättningar i utsagorna kan tolkas som ovisshet angående kollektivets utformning och därmed som tecken på en förändring. Dessutom är jag intresserad av vilka platser som upplevs ha betydelse för Karlskronaborna och varför. Eftersom en viktig del i identitetsskapandet är att definiera utgrupper kommer jag även att kontrollera den upplevda förekomsten av sådana. Då jag inte har tillgång till en tidigare beskrivning motsvarande den som intervjuerna ger får de intervjuades utsagor tjäna som vittnesmål om en upplevd förändring i identiteten samt från vad och till vad identiteten förändrats.

4.1 Militärer och arbetare

Låt oss till att börja med försöka ta ett brett grepp om den kollektiva identiteten i Karlskrona. Då Karlskronas identitet ska beskrivas finns det ett alldeles särskilt karaktäristika som nämns av samtliga tillfrågade, nämligen stadens marina och militära tradition som en viktig faktor. Vilket får anses som naturligt med tanke på att staden en gång grundades av just militära syften. Calle Mattisson menar Karlskronas onaturliga tillkomst lett till att staden haft svårt att vinna acceptans hos omvärlden. Det här menar Mattisson har implikationer såväl i Blekinge, där Ronneby annars är den naturliga centralorten, som nationellt då "[b]lekinge var fattigt, obildat, sett lite över axeln, sett som ett opålitligt folk [...] av de styrande.". Här finns en motsättning av vikt för förståelsen av Karlskronas identitet, nämligen den mellan Karlskrona och centralmakten i Stockholm. Intressant nog är denna motsättning relaterad till militärens fortsatta betydelse i staden, varför jag får anledning att återkomma i ämnet nedan. Givetvis finns här varianter och avvikelser i berättelser men kontentan är ändå att den militära traditionen vilar tungt över Karlskrona. Mats Johansson väljer exempelvis att likna Karlskrona vid ett brukssamhälle, med den modifikation att bruket i det här fallet är militären. Hans Bülow som är inflyttad Karlskronabo beskriver målade hur han, när han

kom till Karlskrona 1982, förundrades över påtagligheten i den militära närvaron med orden ”[d]et var ju uniformer överallt...”.⁹ Noterbart är att just uniformer återkommer i majoriteten av intervjuerna som ett sätt att beskriva militärens betydelse för staden. Med Billig i åtanke känns det därför helt i sin ordning att anta att militärens närvaro satt tydlig prägel på staden. Men det talas därmed inte om en identitet enkom baserat på det militära. Tvärtom framkommer genom intervjuerna bilden av ett skiktat samhälle för nästan lika ofta som militären nämns varvet då Karlskronas identitet ska förklaras. På varvet och marinbasen har ”...de flesta [...] funnit sin försörjning”, och dessa existerar enligt Bülow i ett närmast symbiotiskt förhållande, där den enas existens är helt beroende av den andres.

Inga-Lena Fischer talar om en sorts militärens överklass med ett enormt glapp till arbetarklassen som utgjorts av främst varvsarbetare,¹⁰ militärt manskap och offentliganställda. Det här är ett intressant förhållande som det enligt mig finns anledning att utforska ytterligare. Då blockpolitik kommit upp under intervjuerna har den socialdemokratiska dominansen i Blekinge i allmänhet och Karlskrona i synnerhet betonats (ex. Fischer). Kort och gott finns mycket som vittnar om förekomsten av en stark arbetarklass. Kent Lewén menar exempelvis att Karlskronaborna har lättare att acceptera främlingar om de är ”...beredda att kavla upp ärmarna och göra ett jobb...” Både Mats Johansson och Hans Bülow exemplifierar förhållandet med den paradoxala förekomsten av såväl en traditionellt stark arbetarklass som ett väl utbyggt och fungerande ordensväsende i samma stad. Calle Mattisson berättar på samma tema om statyn *fiskaregumman*, som enligt en konstkännare räcker lång näsa i en sorts förtäckt hån gentemot överheten, symboliserad med all önskvärd tydlighet av Grevagården.¹¹

4.2 u-båtsjakt

Karlskrona anses av de intervjuade fram till slutet av 1980-talet ha haft ett strategiskt såväl viktigt som utsatt läge. De två politiska redaktörerna Bülow och Fischer tangerar just detta då de från sina ganska olika utgångspunkter¹², och på eget bevåg, diskuterar de omdiskuterade ryska u-båtskränkningar av Karlskronas skärgård som, om de över huvud taget ägde rum, ska ha förekommit under större delen av 1980-talet. Tydligt blir, av dessa utsagor, att Karlskrona ansågs vara strategiskt viktigt, så viktigt att ryssen visade intresse, samt att den ryska närvaron i Karlskronas skärgård sågs som ett hot. Att den ryska flottan av en anledning

⁹ Inga-Lena Fischer som även hon är inflyttad anger den militära dominansen som uppenbar för en nykomling.

¹⁰ I Karlskrona kända under beteckningen *Pillemausare*.

¹¹ Fiskaregumman är placerad på fisktorget ett stenkast från Grevagården som idag inhyser Blekinge museum samt en restaurang. Se bilaga 2: Karta över Trossö

¹² Fischer är fullkomligt övertygad om att u-båtskränkningar faktiskt har ägt rum, medan Bülow är öppen för alternativa förklaringar.

eller annan faktiskt vistades långt in på svenskt farvatten och i Karlskronas innersta närhet får ju i alla fall anses vara lagt bortom rimliga tvivel med tanke på u-137s grundstötning 1981.¹³ Hans Bülow menar att det vid tillfällena under 1980-talet rådde i det närmaste ”belägringstillstånd” samt att det av vissa ansågs vara ”...snudd på landsförräderi att ifrågasätta [...] militärens kompetens...” genom att betvivla förekomsten av mini u-båtar i stadens skärgård. Jag slipper ta ställning i sakfrågan men låter uttalandet tjäna som en pusselbit i beskrivandet av Karlskronas identitet, nämligen förekomsten av en yttre fiende och för staden en funktion som bjöd att Karlskrona var en stad, i mycket, stängd för omvärlden. Dessutom visar citatet om landsförräderi, enligt mig, med stor tydlighet på en stundom skarp motsättning mellan militären och civila.

4.3 Militären försvinner – ovisshet?

Dock är det nu enligt de intervjuade så att bilden av Karlskrona som en militärstad håller på att suddas ut. Hans Bülow menar att detta är något som märks eftersom ”[u]niformerna är ju betydligt färre idag.”. Det här är tänkvärt med tanke på den betoning som de intervjuade till en början lägger vid att förklara stadens militära traditioner. Vad som beskrivits är alltså den identitet som enligt de intervjuade varit, men som nu förändrats. Jag anar därmed en viss svårighet att sätta fingret på, eller beskriva stadens aktuella identitet. Det talas i de flesta intervjuer om en rörelse bort från det militära och mot någonting nytt, en ny identitet för Karlskronas befolkning. Angående arbetarrörelsen finns inte lika klara utsagor, men klart är att arbetarnas upplevda påverkan på identiteten alltså lever kvar, eftersom Karlskrona, enligt Mats Johansson, i motsats till Sverige i övrigt har kvar mycket traditionell tillverkningsindustri. Bülow menar att det 1989, då både varvets och Ericssons fortsatta verksamhet i Karlskrona var under diskussion, fanns ett överhängande hot mot Karlskronas identitet. Men att Karlskronas befolkning då kom på fötter och samlades i olika manifestationer och demonstrationer.

Den absolut grundläggande anledningen till att Karlskronas identitet upplevs ha förändrats, ett slags bakomliggande formativt moment, står enligt de intervjuade att finna i de dramatiska förändringar i det världspolitiska läget efter 1989 då Berlinmuren föll.

[J]ag menar att murens fall hade oerhört stor betydelse också för oss. Jag menar specifikt för Karlskrona, det hade ju inte lika stor betydelse för Karlstad som för Karlskrona. (Fischer)

¹³ Tre av de intervjuade nämner u-137 incidenten som en händelse som gjorde att omvärlden fick upp ögonen för Karlskrona, attraktionens fulla potential kunde dock inte förvaltas pga kalla kriget.

När det förut så uppenbara hotet utifrån helt plötsligt försvann tappade förstås staden en tydlig yttre referenspunkt i fråga om identitet. Även stadens tidigare strategiska värde gick därmed till viss del förlorad tillsammans med känslor av stolthet och särskildhet. Därtill ska givetvis läggas den ytterst påtagliga förändring som nedläggningen av stadens kustartilleriregemente, KA2, måste ha inneburit.

Försvarspolitiska överväganden och världspolitiska skeenden var alltså de faktorer som möjliggjorde en drastisk förändring av Karlskronas identitet. Som vi tidigare sett menar Sassen att städer i just denna position i många fall har svårt att anpassa sig till sin förändrade funktion, vilket kan få följder för den kollektiva identiteten. I och för sig talar både Calle Mattisson och Inga-Lena Fischer om ett nyhetsinslag i SVT från 1980-talet som gav bilden av ett Karlskrona närmast i misär och förfall. Båda menar dock att bilden var en grav missrepresentation och att Karlskronaborna tog starkt avstånd från reportaget.

4.4 Men militären har fortsatt betydelse...

Samtliga nämner nämligen Försvarsbeslutet 2004 som absolut avgörande för, som Bülow uttrycker det, "...stadens mentala hälsa.". För det första berättas om uppslutningen från Karlskronas befolkning för marinbasens fortlevnad. För det andra uttrycks en stolthet över att, som Johansson och Bülow uttrycker det, Karlskrona har "...Sveriges enda marinbas...". För det tredje finns här, i likhet med vad som nämndes ovan, även en känsla av misstro gentemot de styrande i Stockholm såtillvida att Karlskrona påstås vara "...utsatt för attacker från Stockholm och militären angående marinbasen". (Bülow). Även Fischer vittnar om en slags misstro gentemot Stockholm, men tar nedläggningen av KA2 som exempel. Här blir det fullkomligt omöjligt att hålla isär den tidsmässiga och den rumsliga dimensionen. Motsättningen mellan Stockholm och Karlskrona kan som bekant enligt Mattisson spåras ända till 1679 då staden grundlades av Karl XI, den finns kvar än idag och manifesteras delvis i turerna kring marinbasen. Dessutom syns den i ett geografiskt sammanhang såtillvida att Karlskronas infrastrukturella kommunikationer med omvärlden upplevs som kraftigt eftersatta. Bülow och Fischer tar båda upp E22 och Emmabodabanans undermåliga standard och menar att detta är ett tecken på att "[t]rafikbyråkraterna i Stockholm inte ser [Karlskrona]". (Bülow). Fischer menar att detta förhållande kan spå på känslan av Blekinge som en "...bortglömd vedbod som det var förr i tiden...".

4.5 Början till en ny identitet

Enligt de intervjuade finns inga tendenser till stagnation eller socialt nedåtgående trender i staden. Tvärtom talas det om framtidstro, utveckling och företagsamhet. En ny identitet sägs ha vuxit fram i Karlskrona. Vad kännetecknar då denna nya

identitet? Klart är sedan tidigare att ett viktigt inslag är den minskade militära närvaron i staden, men det förklarar ju snarare vad Karlskronas identitet inte längre upplevs vara. Emellertid ligger häri även ett förkunnande om att Karlskrona har blivit en mer öppen stad på minst två nivåer, fysiskt respektive psykiskt. För det första har, som exempelvis Fischer och Bülow tar upp, många av de forna militära skyddsområdena försvunnit, alltså en fysisk öppenhet. Och för det andra har stadens befolkning enligt exempelvis Mattisson och Lewén blivit mer mottaglig för influenser utifrån. Givetvis är dessa två nivåer inte absolut åtskilda utan har båda, tillsammans, bäring på den kollektiva identitetens utveckling. Men vad har öppenheten fört med sig? Den faktor som genom intervjuerna framstår som allra viktigast för den nya identiteten är etablerandet av en högskola i Karlskrona. Citat från Inga-Lena Fischer respektive Calle Mattisson får exemplifiera;

Även om varvet har blivit högteknologiskt och privatägt och marinen har minskat oerhört kraftigt så har det ju varit samma identitet fram till slutet av åttiotalet, då när högskolan kom. (Fischer)

Där var inget rop efter utbildat folk och det gjorde att vår utveckling i Karlskrona blev fördröjd tills vi fick högskolan. (Mattisson)

Fischer talar vidare om en ”klassresa” då Karlskrona gick från åttiotredje till nionde plats i fråga om utbildningsnivå i Sverige. Jämsides med högskolans ankomst etableras även ett antal företag i IT och telecombranschen med betydelse för Karlskronas identitet. De människor som de intervjuade upplever lockas till Karlskrona är just högskolestudenter och högutbildad arbetskraft till olika IT-firmor. De intervjuade verkar mena av att den beskrivna nya identiteten kom med nyinflyttningar. Kent Lewén och Hans Bülow menar båda exempelvis att staden har fått en ny ”puls”, och Mats Johansson talar om möjligheten att få en ”...ordentlig cappucino...” på något av stadens Cafées, vilket kopplas till inflyttningen av studenter och ”IT-människor”. Staden påstås ha fått en mer internationell prägel och förekomsten av uteserveringar får i flera intervjuer tjäna som bevis för detta förhållande. I Mats Johanssons ord har staden potential att bli en ”...liten storstad...”. Intressant nog är Kent Lewén den ende som överhuvudtaget nämner invandring som relevant för Karlskronas identitet då han säger;

Först var ju andra människor, andra människor. Idag är de en del av oss. Jag menar vi möter pizzabagaren och vi lämnar in tipset i butiken och vi möter entreprenören. Många är entreprenörer, så att de finns ju i vår vardag och det har betydelse (Lewén)

Det ska dock nämnas att problem med etniskt betingad bostadsmässig segregation kommit upp i andra intervjuer.

4.6 Öppenhetens kontradiktion och Karlskronabornas nya fiende

Viktiga nya delar i Karlskronas upplevda identitet är alltså öppenheten, nya människor och en höjd utbildningsnivå. Obekant för läsaren, men i behov av att adresseras, är de två motsättningar som ligger under ytan i ovanstående antagande. Vi börjar med vad jag väljer att kalla öppenhetens kontradiktion. I och med inflödet av nya, högutbildade människor påstås Karlskronas identitet ha förändrats till någonting bättre. Ändå går det att följa ett klart spår i de olika intervjuerna som talar om en slutenhet i Karlskronas identitet. Hans Bülow menar att det finns en mer eller mindre uttalad skillnad mellan Karlskroniter och Karlskronabor. Karlskroniter skulle då utgöra kärnan av Karlskronaborna och representera en slags genuin Karlskronaidentitet, medan Karlskronabo är en bredare definition baserad på bostadsort¹⁴. Även om Bülow är ensam om att göra åtskillnad i terminologin så återfinns resonemanget även hos andra intervjuade. I samma anda tror Kent Lewén nämligen att det är svårt för nyinflyttade att "...känna identiteten på det sättet...". Identiteten Kent här åsyftar är den som förknippas med stadens örlogsmarina historia. Inga-Lena Fischer talar utifrån egna erfarenheter då hon berättar att det är svårt att komma in i gemenskapen i Karlskrona. Eftersom det enligt teorin inte går att hävda en genuin (traditionell) identitet i motsats till en ny och förändrad ter sig kanske problemet ringa.

Jag menar emellertid att denna öppenhetens kontradiktion är en pusselbit i Karlskronas upplevda identitet och att den bär med sig den tidigare nämnda andra möjliga motsättningen, nämligen en motsättning mellan Karlskronas redan befintliga befolkning och den nya skaran studenter och högutbildade. Kent Lewén talar indirekt om denna motsättning då han förklarar att nyinflyttningar täcker ett behov av högutbildad arbetskraft och att de serviceyrken som skapas i exempelvis detaljhandeln "...sugs upp av den lokala befolkningen.". Mats Johansson tror, som han uttrycker det, att "...många Karlskronabor hade svårt att förhålla sig till [...] nyrikedomen som upplevdes under IT-haussens glada dagar...". Bara Johanssons beskrivning av tidsperioden, i citatets senare del, andas i mitt tycke viss skepsis. Johansson ställer denna "nyrikedom" mot vad han kallar en traditionell arbetarmoral med mottot "Hel och ren och kom i tid.". Hur som helst menar Johansson att denna skepsis gentemot de nyinflyttade människorna avtagit och att den idag inte finns kvar. Men känslan av en slutenhet i den sociala gemenskapen verkar finnas kvar.

¹⁴ Var människor som är att betraktas som Karlskronabor bor kommer att behandlas nedan.

4.7 Karlskrona med utblick mot östersjön och framtiden

Som vi sett upplevs Karlskronas geografiska läge ha viss inverkan på stadens identitet. Så till vida att staden är placerad i skärgården i Sveriges sydöstra hörn, vilket kan ha bidragit till en känsla av avskildhet och bortglömdhet. Men Karlskronas geografiska belägenhet diskuteras även av de intervjuade utifrån ett annat perspektiv, låt oss kalla det ett östersjöperspektiv. I och med det förändrade världspolitiska läget och den medföljande öppenheten har Karlskrona kunnat företa en orientering österut vilket manifesteras i bland annat en färjelinje till polen och diverse vänortskontakter i exempelvis Polen, Baltikum och i den ryska enklaven Kaliningrad. Något som naturligtvis var fullkomligt otänkbart för bara 20 år sedan. Inga-Lena Fischer beskriver de ändrade inställningarna så här;

Förr så såg vi ju de här polackerna med kylskåp på taket och såg man en litauisk bil så sa folk att 'vilken sommarstuga är det de ska ge sig på nu?'. Det har helt förändrats, nu finns inte den misstänksamheten kvar [...]. (Fischer)

Den forna så tydliga fienden har alltså nu blivit en lika tydlig vän. Den här omtalade orienteringen österut menar vissa av de intervjuade kommer att ha stor inverkan på framtiden vad Karlskronaborna anbelangar. Karlskronas geografiska läge spås vara nyckel till en framtid som "Östersjöns mötesplats". Mats Johansson säger;

Ur ett Europeiskt perspektiv har ju Karlskrona legat tjugo, trettio mil öster om järnridån. [...] Vi är just nu mitt i Östersjöregionen, som är, i tillväxksammanhang, det absolut hetaste utvecklingsområdet i hela Europa. (Johansson)

Men det finns även de som uttrycker mer återhållsamma framtidsutsikter angående Karlskronas orientering mot forna Östeuropa.¹⁵ Inga-Lena Fischer tror exempelvis att länderna på andra sidan Östersjön är "...mer engagerade västerut mot Tyskland, Storbritannien och Danmark". Kent Lewén säger rätt och slätt;

Vi har inte så mycket nytt att komma med, folk får inte förvänta sig att vi ska bli Östersjöns mötesplats. (Lewén)

Men det verkar även finnas andra starkare och möjligtvis mer betydelsefulla motsättningar relaterade till stadens orientering österut. Hans Bülow berättar nämligen om starka protester från Karlskronas befolkning¹⁶ mot planerna på

¹⁵ Istället lyfts andra delar fram, med betydelse för stadens framtid. Det handlar då om en orientering mot den nya ekonomin och de människor som sysselsätts i, och följer med, denna. Calle Mattisson tror att alla Karlskronabor finns med på detta tåg mot framtiden eftersom "...man har inget alternativ, jag menar vad ska man göra?"

¹⁶ Hans Bülow menar att det främst var militärer som protesterade.

förläggandet av en ”Baltisjkplats” vid Bastion Aurora¹⁷. Baltisjkplatsen placerades istället på mindre laddad mark utanför Trossö. Jag menar att den här kontroversen vittnar om att inte alla i Karlskrona har släppt bilden av Östeuropa som en fiende.

4.8 Vad är Karlskrona geografiskt?

Eftersom jag på förhand inte velat begränsa mitt studieområde genom att definiera någon sorts geografisk begränsning för Karlskronas identitet låter jag helt enkelt de intervjuade svara på frågan om var Karlskronaborna bor. Lättare sagt än gjort skulle det visa sig. Hans Bülow står för den snävaste beskrivningen och menar att det handlar om kvarteren närmast varvet och marinbasen.¹⁸ Den vidaste definitionen står å andra sidan Kent Lewén för då han i stort sett sätter likhetstecken mellan Karlskronabor och kommuninvånare. Inga-Lena Fischer och Mats Johansson talar om ett område som sträcker sig från Trossö ungefär ut till Lyckeby.¹⁹ Men även om det föreligger oklarheter om var Karlskronaborna antas bo så framgår det tydligt vilka fysiska miljöer som anses viktiga för Karlskronaborna. Här domineras bilden fullständigt av Trossö;

Tidningsredaktionerna finns här, länsstyrelsen finns här, all offentlig förvaltning finns här, detaljhandeln finns här, folk vill bo här inne. Det är trevligt att promenera runt här inne, du har fina vyer överallt, du ser havet precis runt omkring dig.
(Fischer)

Att Trossö är Karlskronas centrum funktionsmässigt råder det inget tvivel om, vilket även framkommer i övriga intervjuer. Men även den emotionella kopplingen till Karlskrona verkar finnas här. När det exempelvis kommer till viktiga byggnader och platser snävas området in ytterligare och det talas mest om Stortorget;

Jag tror att du hittar dem runt torget, det är två kyrkor och det är rådhuset tror jag egentligen som är viktiga för folket och bilden av Karlskrona. (Lewén)

Identifikationen verkar alltså, som Mats Johansson uttrycker det, vara ”...starkare och tydligare ju närmare kommuncentrum du kommer.”. Många av de intervjuade tar upp en aktuell incident som jag menar understryker detta förhållande. Då en av melodifestivalens deltävlingar anordnades i Karlskrona kläddes, som en del av marknadsföringen, stadens byggnader och monument i rosa. Något som även drabbade statyn av Karlskronas grundare Karl XI;

¹⁷ Bastion Aurora är den östligaste delen av den mur som skiljer den civila delen av Trossö från marinbasen. Se bilaga 2: Karta över Trossö

¹⁸ Eventuellt talar Bülow dock fortfarande här om ”Karlskroniter” i motsats till Karlskronabor

¹⁹ Se bilaga 3: Karlskronakarta

[D]e satte rosa klänning på Karl den elfte [...] och dessutom guldstövlar på karln alltså. (Bülow)

Det i citatet beskrivna, till synes harmlösa, tilltaget ledde till omfattande protester från Karlskronas befolkning och Kungen fick kläs av. Att det här skulle ha sin grund i exempelvis homofoba stämningar eller stark royalism finner jag inga belägg för, däremot är det noterbart att statyn av Karl XI är placerad mitt på stortorget, mitt på Trossö.²⁰

4.8.1 Stolthet kopplad till fysiska miljöer

Huruvida detta fokus kring Trossös miljöer är någonting nytt för den kollektiva identiteten i Karlskrona eller inte har jag inte lyckats utreda men vissa spår och utsagor av intresse finns. Flera av de intervjuade talar nämligen om Karlskronas fysiska skönhet och storslagenhet som en källa för känslor av stolthet gentemot staden. Denna stolthet kopplas av bland annat Hans Bülow och Calle Mattisson samman med att delar av Karlskrona hamnat på Unescos världsarvslista;

Då väcktes en medvetenhet om stans säregenhet och skönhet, den fanns inte riktigt förr, man tänkte inte så mycket på det. (Bülow)

Men ur denna nyvunna stolthet över staden har också ännu en motsättning sprungit. En motsättning mellan förnyelse och bevarande som tydligast manifesterats i de senaste årens protester mot ett eventuellt hotellbygge på Fisktorget som återkommer i flera av intervjuerna. Bland andra Hans Bülow uppmärksammar att när Karlskronas nya arena uppfördes på Rosenholm, det område där KA2 huserade innan nedläggningen, var protesterna så gott som obefintliga. ”[D]et var ingen som över huvud taget diskuterade, det bara byggdes”(Johansson). Anledningen antas av de intervjuade vara att Trossös miljöer inte berörs.

4.9 Vad är Karlskronaborna inte?

Rubrikens fråga är delvis redan besvarad. Karlskronaborna identitet är idag inte vad den en gång har varit. Men i övrigt har intervjupersonerna svårigheter att peka på vad Karlskronaborna tar avstånd från eller inte kännetecknas av. Först när frågan modifieras och ställs så att den behandlar dåtiden får jag det svar som jag egentligen väntat mig hela tiden.²¹ Det handlar om närvaron av nazister i

²⁰ Se bilaga 2: Karta över Trossö

²¹ En av de intervjuade undrar redan innan intervjun startar om jag kommer att ställa frågor rörande nazismen. Detta trots att det enda jag yppat om intervjuens syfte är att den kommer att handla om Karlskronas identitet.

Karlskrona och det faktum att nsf (nationalsocialistisk front) en gång bildades i staden. Inga-Lena Fischers svar är talande;

Nä, vad skulle det vara? Vad skulle det vara? Nä, jag kan inte komma på nåt. Ja det är väl nazisterna i så fall, de hör ju hemma här. (Fischer)

Jag ser det här som ett tydligt tecken på att de intervjuade, och förmodligen även Karlskronaborna i stort, vill distansera sig tidsmässigt från den nazistiska rörelsen. Viktigt att poängtera är dock att ingen av de intervjuade menar att det finns någon historiskt traditionell grund för nazism i Karlskrona, deras förekomst är snarare att anse som en tillfällighet. Även språkligt finns en klar tendens att definiera sig bort ifrån denna grupp av människor. Kent Lewén kallar nazisterna för en ”klick”, vilket jag menar betonar hur lite nazismens anhängare är en del av Karlskronaborna. Lika tydligt är det att nazisterna är ett oönskat inslag som inte hör hemma i Karlskrona när Hans Bülow säger;

[Anders Ärleskog]²² har ett mål, han ska ju leda den här *sekten* och få in den i *vårt* fullmäktige. (Bülow)

Men även rummet har betydelse i avståndstagandet från nazismen, såhär säger exempelvis Mats Johansson om rörelsens tillkomst;

I deras mytologi blev [Karlskrona] den moderna nazismens Nürnberg, sen att de faktiskt bildades i en grusgrop i Johannishus, för så var det. De fick nämligen inte hyra någon lokal i Karlskrona. (Johansson)

Johannishus är beläget i Ronneby kommun²³ och kan med andra ord på intet vis sägas ligga i en fysisk närhet till det område kring Trossö som de intervjuade menar är kärnan av Karlskrona identitetsmässigt.

Nazisternas närvaro i Karlskrona har alltså åtminstone haft en betydelse på så vis att det skapat en tydlig bild av vad Karlskronaborns motsats är. Mats Johansson säger;

Det här har skapat en kollektiv bild att det här vill inte vi ta, vi vill inte att vår stad ska vara sån här. (Johansson)

Och denna kollektiva bild finns det, enligt de intervjuade, även mer handfasta bevis för. Då nazismen kommer på tal poängteras det nämligen att Karlskronaborna tydligt visat sitt motstånd mot denna inre fiende. Två citat får illustrera;

Eleverna på gymnasieskolan går man ur huse, tvåtusen elever går ut och demonstrerar. Det var fyratusen människor, över alla partigränser, som demonstrerade torsdagen innan valet²⁴. (Johansson)

²² En av nsf:s grundare, den andre, Anders Högström har numera lämnat rörelsen.

²³ Se bilaga 4: Johannishus i Ronneby kommun

²⁴ Nsf ställde upp i 2002 års val till kommunfullmäktige i Karlskrona.

[D]e blev överröstade av den gemene Karlskronabon. Där var ju en samling för staden, man accepterade inte detta. (Mattisson)

Med andra ord binds Karlskronaborna samman för att försvara stadens identitet mot oönskade element. Nazismens närvaro har alltså fört Karlskronaborna närmare varandra, åtminstone vad gäller avståndstagandet mot just nazismen.

5 Karlskronas makthavares framställning av stadens identitet

För att beskriva hur identiteten framställs av Karlskronas styrande kommer jag att kontrastera de resultat jag fått ut från intervjuerna med marknadsföringsmaterialet.²⁵ Analysens upplägg är således styrt av de poänger jag vill lyfta fram samt i stor del följa intervjuanalysens resultat. Således kommer jag att undersöka om marknadsföringen har samma tendens att ta avstamp i historien som de intervjuade vid beskrivandet av identiteten. Särskilt fokus kommer dock att ligga på den förändring som beskrivits. De många motsättningar i den uppfattade identiteten som framkommit i intervjuerna kommer kontinuerligt att prövas. Eftersom Karlskronas näringsstruktur varit i fokus vid intervjuerna kommer den att var det här med. Vidare är det fortfarande viktigt att undersöka vilket kollektiv av människor som är Karlskronabor samt inom vilket geografiskt område de lever. Jag kommer även att göra nedslag när intressanta skillnader eller likheter förekommer, för att belysa de poänger jag anser betydelsefulla.

5.1 Militär- och arbetarprägel?

Angående den historiskt militära och arbetarrelaterade prägel på Karlskrona är bilden som ges i marknadsföringsmaterialet inte helt lik den som framträtt i intervjuerna. I *Karlskronaguiden 2006/07* berättas om stadens historia såhär;

Karlskrona, grundad av Karl XI, rymmer ståtliga och spännande miljöer. Örlogsstaden togs 1998 upp på Unescos världsarvslista som ett unikt exempel på en marint befäst stadsanläggning. Skeppsbyggeri, arkitektur och stadsplanering har väckt uppmärksamhet i hela Europa sedan 1700-talet. Örlogsbasen och varvet är alltså i bruk (Mf1: 10).

Visst nämns här att Karlskrona är en örlogsstad samt att basen och varvet fortfarande är i bruk, men fokus är ju egentligen på något annat, världsarvet.²⁶ Staden beskrivs förvisso som *ett unikt exempel på en marint befäst stadsanläggning*, men vilken betydelse militärens närvaro spelat framgår inte.

²⁵ En intressant detalj som därmed faller utanför analysen är att samtliga personer som avbildas på fotografier i broschyren *Karlskronaguiden 2006/07* är vita.

²⁶ Ingenstans i det undersökta marknadsföringsmaterialet finns heller explicita referenser till utfallet i försvarsbeslutet 2004 som en källa till lättnad och stolthet.

Skeppsbyggeri, arkitektur och stadsplanering anges istället som vad som utmärkt Karlskrona för omvärlden i flera hundra år. Men att världsarvet framhävs är givetvis, i sig, ingenting som går emot de resultat som intervjuerna gett.²⁷ Tydligt alltså att världsarvsutnämningen är någonting staden gärna stoltserar med. Världsarvet utgörs visserligen till stor del av byggnader med militär anknytning, men den militära närvarons betydelse för stadens identitet, som de intervjuade talar om, i fråga om av stolthet, slutenhet och hot utifrån framgår här icke. När världsarvets miljöer beskrivs får de snarare egenskapen av en bildskön fond för nutida aktiviteter;

Bastion Aurora byggdes för att försvara staden, varvet och hamnen och stod färdigt 1704. Bastionen är försedd med ett täckt galleri av skyttegluggar och ett klocktorn på norra hörnet. *På insidan finns nu en trädgård och här hålls olika kulturevenemang.*²⁸ (Mf3: 18)²⁹

5.2 Förändrad näringsstruktur?

En tendens finns i marknadsföringen, i likhet med intervjuerna, att tala om en förändring i stadens näringsstruktur. I *5 goda skäl för Karlskrona och ett emot...* står att läsa;

Karlskrona har en lång historia som *marin bas* och *industristad*. Men vi har också lyckats med konststycket att vända på utvecklingen och förekomma *klassiska problem* när marknaderna förändras (Mf2: 2³⁰).

Ett konstaterande av faktum kan tyckas. Användandet av ordet *[m]en* i början av citatets andra mening tyder på ett distansering från den historiska prägeln, just som intervjuerna visat. Citatets andra mening ger emellertid även intrycket av att näringarna beskrivna i första meningen varit en källa till de beskrivna *klassiska problemen*. Det i intervjuerna beskrivna komplexa förhållandet mellan militären och arbetarrörelsen finns inte heller mycket spår av. Det skulle möjligtvis vara i det första citatet ovan då Karlskronas historia som *marin bas* och *industristad* beskrivs. Men ingenting i denna formulering tyder på att det skulle finnas några meningsskiljaktigheter mellan de två näringarna. Tvärtom, menar jag, att betoningen på att det handlar om en *lång* historia antyder att militären och industriarbetarna kommit överens väl.

²⁷ Tvärtom anges ju världsarvsutnämningen som en källa till stolthet bland stadens befolkning. Referenser till världsarvet figurerar frekvent i all den marknadsföring jag undersökt (mf2 10, mf3t: 18, mf4), och *Utsikt* är inte enbart ett magasin som riktar sig mot företag, utan är faktiskt enligt underrubriken på omslaget även ”ett magasin från världsarvsstaden Karlskrona” (Omslag).

²⁸ Mina kursiveringar

²⁹ Andra exempel på världsarvsmiljöer med aktuell aktivitet: Grevagården – Café/museum, Båtsmanskasernen – konsthall, Stortorget – torgförsäljning (mf1: 10ff)

³⁰ Min numrering, omslagets framsida = sida 1.

Fortsättningen av citatet ovan lyder;

Idag är Karlskrona en region med ett *kvalificerat, tjänsteproducerande och internationellt* näringsliv. I *samklang* med *traditionell* industri³¹ (Mf2 : 2).

Det finns en underförstådd motsättning mellan det som är kvalificerat, tjänsteproducerande och internationellt och det som är traditionellt, men denna motsättning liksom upphävs eftersom de existerar i samklang. Det är hur som helst, enligt mig, tydligt att den första meningen är vad som lyfts fram och har företräde i beskrivandet av Karlskrona idag. Militären har här fallit bort från beskrivningen och den traditionella industrin och dess arbetare finns med per association, men inte mer än så och inte länge till.

I magasinet *Utsikt* presenteras en rad olika företag, såväl inom traditionell tillverkningsindustri som inom tjänstesektorn och högteknologisk industri. Främst handlar magasinet emellertid om entreprenörskap och bilden av Karlskrona som en stad full av företagsamma människor lyfts fram. Exempelvis finns ett reportage om en vd för ett internationellt industriföretag med bas i Karlskrona. Vd:ns väg från förvägran att köpa företaget han tidigare varit vd för, via uppstart av ny firma i ett garage, till världsomspännande verksamhet i futuristiskt designade lokaler beskrivs (Mf3 : 7ff). På en bild ses vd:n styrandes sin exklusiva båt³² i Karlskronas skärgård (Mf3: 8). När vd:n talar om sina anställda nämns akademiker (jfr. Mf3: 8), några fabriksarbetare eller militärer verkar inte finnas vare sig här eller på annat håll i marknadsföringen (jfr. Mf3: 7ff)

Däremot finns en slags jobbbanners på sidorna 32 och 33 i samma magasin. Rubriken är ”Bilden av framtiden” och texten till helsidesbilden föreställande 12 personer lyder;

Vill du få in ny kraft till ditt företag? Letar du efter någon som kan ge nya lösningar på gamla problem? Då ska du se hit. Varje år går 550 studenter ut från Blekinge Tekniska Högskola – alla med goda kunskaper i tillämpad IT – oavsett om de är ekonomer, humanister eller sjuksköterskor. (Mf3: 32f)

Här talas om ekonomer, humanister eller sjuksköterskor. Av de 11 på bilden är 7 civilingenjörer, 3 utbildade i virtuell produktutveckling och design och 2 högskoleingenjörer. Budskapet är tydligt, akademiker är framtiden. IT är framtiden. Ingen liknande bild eller text finns gällande arbetare till traditionell industri. Att Karlskronas makthavare vill framhäva ”...den unika IT-tillväxt som drastiskt förändrat [Karlskronas] näringsstruktur”. (Mf5: 16) framgår med all önskvärd tydlighet;

3000 nya jobb har tillkommit i regionen, främst inom IT-sektorn, under de senaste sju åren. (Ibid.)

³¹ Mina kursiveringar.

³² Av märket Nimbus Nova

5.3 Den nya öppenheten?

Att stora delar av staden varit sluten för omvärlden, samt att de delar av Trossö som idag är marinbas fortfarande är slutna finns vittnesmål om i marknadsföringen (exempelvis. mf1: 11). I Karlskronas näringspolitiska program är ”det öppna sinnet” en av fyra hörnstenar (Mf5: 3), och att det skulle funnits eller fortfarande finns en slutenhet eller skepsis gentemot nya människor och intryck går över huvud taget inte att se i marknadsföringen;

Här stöttar vi varandra, delar med oss av kontakter och erfarenheter. Och *det finns plats och uppgifter för många fler.*³³ (mf3: 42)

I intervjuerna talas om att Karlskrona fått en ny puls, och idag mer liknar en internationell storstad i och med inflyttningen av nya högutbildade människor och nya impulser utifrån. Det här kopplas till en ökad öppenhet i staden. I marknadsföringsmaterialet finns liknande utsagor;

I Karlskrona kan du njuta av ett *kulinariskt utbud* och ett *kontinentalt uteliv* (Mf1: 40).

Våra krögare är experter på uteserveringar! Du kan med all säkerhet även finna ditt favoritfik. Sedan träffar du *nya vänner på nattklubbarna*, minglar i barerna och dansar till gryningen... (Ibid.)

Men här nämns ingenting om att ett kulinariskt utbud och kontinentalt uteliv skulle vara någonting nytt för Karlskrona, eller att det skulle ha någonting med en ökad öppenhet eller inflyttade människor att göra. Någon motsättning mellan nya och gamla människor syns inte heller här till, snarare tvärtom med tanke på de vänligt sinnade människor som verkar finnas på stadens nattklubbar.

5.4 Orienteringen österut

Istället för att Karlskrona skulle vara avskärmat finns i marknadsföringsmaterialet en tendens att betona närheten till kommunikationskanaler. Exempelvis kan man läsa i *Utsikt* att ”...såväl Kastrup som Ronneby flygplats ligger i närheten”. (Mf3: 11). I broschyren *5 goda skäl för Karlskrona och ett emot* beskrivs stadens ”[p]erfekt[a] läge i den ekonomiska geografin” (Mf2: 4). En viktig del i detta *perfekta läge* är närheten till Östeuropa och länderna kring östersjön (Mf2: 4f). En förändring i Karlskronas identitet som de intervjuade talar om är att forna Östeuropa och framförallt Ryssland bytt roll från fiende till vän. Även i

³³ Mina kursiveringar

marknadsföringen finns exempel på en orientering österut. Exempelvis finns Karlskronaguidens texter översatta i kortversion till polska, förutom danska, engelska och tyska (Mf1), vilket i alla fall tyder på en gästvänlig inställning gentemot besökare från Polen.

Vad som är slående är hur stor roll Vodafone arena verkar spela för orienteringen österut. I intervjuerna omnämns den som en del av Karlskronas framtida satsningar på konferenser, upplevelseindustri och folkhälsa men kopplingen till östersjösamarbetet framkommer inte. Sådär beskrivs arenan i magasinet *Utsikt*,

Med ståtliga ekar och gråskimrande bergspartier i ryggen vänder arenan *blicken mot horisonten*, Östersjöns nya mötesplats för idrott och hälsa har tagit sin *självklara* plats på Rosenholm, några hundra meter från havet och ett fåtal minuter från Karlskrona centrum.³⁴ (Mf3:)

Framtidsperspektivet råder inte så mycket tvivel om då arenan *vänder blicken mot horisonten*. Att arenan kallas *östersjöns nya mötesplats* stämmer inte helt med bilden från intervjuerna. Men det finns även en del övrigt intressant i ovanstående citat. Vad jag åsyftar är att Rosenholm kallas för en självklar plats för arenan. Att beskriva placeringen som självklar ger ett intryck av att nya projekt sjösätts under största samförstånd i staden. Ingen motsättning vare sig mot förnyelse eller orientering österut nämns här, vilket går emot de utsagor som gjorts vid intervjuerna.

5.5 Vad är Karlskrona geografiskt?

Även om det, som framkommit, i marknadsföringen är tydligt vilken sorts människor som är Karlskronabor, så råder det fortfarande tveksamheter kring inom vilket geografiskt område de lever. Karlskrona beskrivs både som en ”region”(Mf2: 2, Mf3: 10), och som en ”stad” (Mf1: 3). Men vilka proportioner denna region eller stad skulle ha finns inte angivet. Ytterligare anledning till förvirring finns när en annons för Ronnebys hotell och konferenscenter *Ronneby Brunn* dyker upp i Broschyren med namnet *Karlskronaguiden*. I marknadsföringen finns en uppenbar skillnad, jämfört med intervjuerna, vad gäller hur det fysiska rummet presenteras. Som framkommit finns en sorts emotionellt och funktionellt epicentrum runt Stortorget på Centrala Trossö, i Karlskronaguiden presenteras först av allt kusten och skärgården (Mf1: 4ff), vilket i och för sig inte behöver väcka huvudbry då även närheten till havet har nämnts vid intervjuerna. Mer uppseendeväckande är då måhända att på kartan över gästhamnar finns inte Trossö ens utmärkt (Mf1: 7). Och på kartan över centrala badplatser utgörs centrum av ett område som vida överskrider Trossös begränsade

³⁴ Mina kursiveringar

yta (Mf1: 22). När sedan ”[s]tadsmiljöerna”³⁵ presenteras är det inte alls uteslutande stadsmiljöer det är frågan om. Istället är fokus återigen på världsarvet, varför även Kungsholms fort, och Drottningkärs kastell finns representerade (Mf1: 10). Båda omöjliga att nå utan transport medelst båt och båda belägna utanför Trossö. När Trossö verkligen beskrivs som ett centrum så är det inte ur emotionell synvinkel utan det handlar om närhet till konsumtion.

I stadens hjärta, på Trossö, finner du det mesta på bekvämt gångavstånd eller också tar du centrumtåget runt. Ronnebygatan, gågatan, lockar med *varuhuset* Åhléns och *Affärshuset* Kronan med 20 *butiker*. På Borgmästaregatan ligger Wachtmeister *Galleria* med 28 *butiker*.³⁶ (Mf1: 30)

Trossö, som är Karlskronas *handelscentrum*, är lika koncentrerat som Stockholms innerstad – fast i något mindre skala.³⁷ (Mf2:10)

De fysiska miljöerna på Trossö beskrivs i marknadsföringen inte som mer betydelsefulla än de utanför centrumön.³⁸

5.6 Nazism går ju inte att marknadsföra

Ingenstans i marknadsföringen har jag funnit spår av nazism i Karlskrona.

³⁵ Under rubriken ”Stadsmiljöerna”

³⁶ Mina kursiveringar

³⁷ Mina kursiveringar

³⁸ I det marknadsföringsmaterial jag undersökt förekommer dock många bilder av Trossös miljöer och i en av broschyrerna förekommer faktiskt statyn av Karl XI³⁸ tre gånger på 12 sidor och är därmed det överlägset mest frekventa motivet (jfr. Mf2). Att Karl XI är ett populärt motiv bevisas ytterligare av att det förekommer även i övrigt marknadsföringsmaterial jag undersökt. Intressant att notera är att statyn av stadens grundare i en annons för det nybyggda Vodafone Arena, på andra sidan i *Utsikt*, figurerar med ett tennisracket i sin högra hand. Jag menar inte att dra särskilt stora växlar på denna menade lustighet, men tilltaget står ändå i skarp kontrast med vad som beskrivits tidigare angående Karlskronabornas reaktion på liknande skändningar av statyn. Möjligtvis är det en förmildrande omständighet att bilden uppenbart är ett fotomontage och att Kungen med andra ord, denna gång, inte vidrörts.

6 Sammanfattande diskussion och svar på...

6.1 ...uppsatsens första fråga

Karlskronas identitet så som den uppfattas och beskrivs av stadens befolkning har en tydlig tendens att ta avstamp i historien. Enklast har de intervjuade som bekant att beskriva hur identiteten en gång upplevs ha varit men inte längre är. Staden upplevs tidigare ha varit en strategiskt viktig, sluten militärstad, med ett tydligt utsatt läge. Men staden har också varit starkt präglad av sin starka arbetarrörelse och den paradoxala samexistensen av denna och den militära prägel i samma stad. Det är dock tydligt från intervjuerna att den upplevda identiteten i Karlskrona genomgått en märkbar förändring de senaste åren. Någon exakt tidsram för förändringen är svår att ange, men de intervjuade anger murens fall och det kalla krigets slut 1989 som absolut avgörande för utvecklingen i staden. Förändringen har gjort att staden idag upplevs vara mer öppen för nya människor och för nya influenser utifrån.

De nya människorna kom enligt de intervjuade i samband med att en högskola etablerades i staden och stadens näringsstruktur förändrades i och med etablerandet av flera firmor med IT och telecominriktning. Med sig hade dessa nykomlingar nya krav, preferenser och önskemål vilket gjort att staden idag fått en ny puls, blivit mer internationell och mer liknar en storstad. Men de intervjuade har uppenbara problem att beskriva Karlskronas samtida identitet så att den omfattar hela eller stora delar av stadens befolkning. Motsättningarna mellan ”gamla” och ”nya” människor, stadsförnyelse och stadsbevarande, orienteringen österut och ”ryssfientligheten”, öppenhet och slutenhet skvallrar om hur komplicerat det är att beskriva Karlskronas kollektiva identitet. Alla dessa olika grupperingar och känslor upplevs finnas i staden, frågan är bara vad som binder dem samman? Att det sedan dessutom inte råder någon enighet om vilka Karlskronaborna är, baserat på inom vilket geografiskt område de lever är bara ytterligare en bit att lägga till det redan förvirrade pusslet.

Jag finner tre delar i beskrivandet av Karlskronas identitet som det verkar råda större enighet kring, nämligen motsättningen mot Stockholm, den emotionella centreringen till Trossö och avståndstagandet från nazismen. Motsättningen mot Stockholm verkar leva kvar över tiden och ges situationsanpassade förklaringar. Den tar sig dock främst uttryck i hur Karlskrona upplevs som utsatt för orättvis behandling från högre ort. Den emotionella centreringen verkar främst handla om

en stolthet över stadens skönhet och prakt. Avståndstagandet från nazismen är förstås positivt i sig men grundas ju i någonting som upplevs som negativt. Med andra ord råder ovisshet om vad stadens identitet upplevs vara och det som verkligen upplevs som kollektivt kan spå på en känsla av osäkerhet och utsatthet.

Jag menar därför att Karlskronas upplevda identitet har förändrats drastiskt. Vad Karlskronas identitet har förändrats till råder det oklarheter kring, liksom vilket kollektiv som egentligen utgör Karlskronaborna. Jag menar därför att Karlskronas upplevda identitet fortfarande verkar befinna sig i denna omfattande förändring. Just nu skapas vad som i framtiden kommer att binda Karlskronaborna samman.

6.2 ...uppsatsens andra fråga

När Karlskronas styrande presenterar Karlskrona genom marknadsföring är identiteten inte alls lika komplex som den av befolkningen upplevda. Det finns likheter från intervjuerna så till vida att staden beskrivs med attribut som liknar en storstad med internationell prägel. Karlskronas befolkning består av akademiker och entreprenörer. Men främst av allt består stadens befolkning av människor som arbetar inom IT och telecomsektorn. Kort sagt passar Karlskrona och dess befolkning väl in i orienteringen mot den nya globala ekonomin. Militärer och arbetare verkar inte finnas kvar i staden och om de gör det så har de i alla fall ingen betydelse för den kollektiva identiteten. Visst finns på sina håll antydningar om att traditionell industri är en del i stadens näringsstruktur, men dess arbetare lyser med sin frånvaro.

Den största skillnaden mellan de två beskrivningarna är att det i marknadsföringen inte finns någon historisk kontrast, ingenting vittnar om att Karlskronas identitet har varit någonting annat och förändrats till någonting nytt. Förutom att stadens näringsstruktur i något skede varit en källa till problem. Då ett historiskt perspektiv finns handlar det om att framhäva världsarvets miljöer, vilket tydligt är en källa till stolthet över staden. Men den betydelse av stolthet, slutenhet och utsatthet som militärens närvaro, av befolkningen, upplevs ha bidragit med berättas inte om. Således faller även det bevittnat komplexa förhållandet mellan militären och arbetarrörelsen bort. Genom att därtill utelämna samtliga de motsättningar som uppenbarligen upplevs av Karlskronas befolkning kan stadens makthavare teckna en ensidig bild av samtidens kollektiva identitet. Visst finns tendenser i intervjuerna att på samma vis lyfta fram den upplevda ”nya” identiteten, men det finns alltid kontrasterande utsagor.

Världsarvets olika miljöer och byggnader verkar här även vara det som ges emotionell centralitet, i motsats till som i intervjuerna, Trossö. Trossö reduceras här istället till ett centrum för kommers. Över huvud taget framställs Karlskrona som en internationell mötesplats med allt vad en storstad kan erbjuda. Karlskronas geografiska läge är enligt marknadsföringen helt perfekt och verkar, om något, bara vara en ytterligare källa för framtidstro och hoppfullhet.

Identiteten som den framställs av Karlskronas makthavare skiljer sig alltså tydligt från hur identiteten uppfattas av stadens befolkning, dock med reservation för den glidning som beskrivs i 3.1. Marknadsanpassning går som en röd tråd genom beskrivningen och det som inte ligger i linje med marknadens utveckling faller bort. Jag ser det som tydligt att stadens styrande när omvärlden förändrats försökt skapa en positiv bild av Karlskrona för att generera ekonomisk tillväxt och allmänt välstånd, genom profilering mot högteknologisk industri och de människor som följer med denna. Här blir det enligt mig intressant att lyfta in nazismen i bilden igen. För lika självklart som det verkar vara att bortse från nazismen i marknadsföringen, lika självklart ter det sig att bortse från andra delar som lämpar sig mindre väl för marknadsföring. Om den marknadsförda bilden får gehör riskerar alltså delar av Karlskronas befolkning att falla utanför den upplevda kollektiva identiteten och rent av anses som någonting annat än Karlskronabor, frånsedda och icke önskvärda. Att individer och grupper hamnar utanför samhällets upplevda kollektiva identitet innebär som bekant inte enbart problem för dessa individer, utan även för samhället som är beroende av att dess medlemmar har positiva självbilder.

Referenser

Skriftliga källor

- Alvesson, Mats & Deetz, Stanley. 2000. *Kritisk samhällsvetenskaplig metod*. Lund: Studentlitteratur.
- Avraham, Eli. 2004. *Media Strategies for Improving an Unfavorable City Image*. s. 471-479 i *Cities*, vol: 21, nr: 6.
- Bar-Tal, Daniel. 2000. *Shared beliefs in a society*. Thousand Oaks: Sage publications inc.
- BLT (Blekinge Läns Tidning) 25/4-2006. *Ska folk få "strunta i Karlskrona"?* (Pierre Kjellin)
- Book, K – Eskilsson, L. 1999. *Centrum – utarmning eller renässans*. Stockholm: Kommunikationsforskningsberedningen
- Billig, Michael. 1995. *Banal Nationalism*. London: Sage.
- Castells, Manuel. 1998. *Informationsåldern: Ekonomi, Samhälle och Kultur*. Band II: Identitetens Makt. Daidalos: Malmö.
- Clark, Eric & Petersson, Bo. 2003. *Boundary Dynamics and the Construction of Identities*. s 7-18 i "Identity Dynamics". Clark, Eric & Petersson, Bo (red). Lund: Nordic Academic Press.
- Erickson, Bill – Roberts, Marion. 1997. *Marketing Local Identity*. s. 35-60 i *Journal of Urban Design*, vol: 2, nr: 1.
- Esaiasson, Peter – Gilljam, Mikael – Oscarsson, Henrik – Wägnerud, Lena. 2003. *Metodpraktikan – Konsten att studera samhälle, individ och marknad*. Stockholm: Norstedts juridik.
- Ginsberg, Morris. 1964. *The Psychology of Society*. Norfolk: Cox & Wyman.
- Hall, M – Page, S. 2003. *Managing Urban Tourism*.
- Hall, Tim. 2001. *Urban Geography*. New York: Routledge.
- Karlsson, David. 2003. *Mellan jaget och nätet: Manuel Castells, cykelkedjan och göta älvs båda stränder*. s. 75-108 i "Urbanitetens omvandlingar: Kultur och Identitet i den Postindustriella Staden". Johansson, Thomas – Sernhede, Ove (red). Malmö: Daidalos.

- Kinnvall, Catarina . 2003. *Identitetsstudier – en översikt*, s 11-34 i ”Identitetsstudier i praktiken”. Robertson, Alexa – Petersson, Bo (red). Malmö: Liber.
- Knox, Paul L – Marston, Sallie A. 2004. *Places and regions in global context: Human Geography*. New Jersey: Prentice Hall.
- Mf1: *Karlskronaguiden 2006/07*. 2006. Karlskrona kommun.
- Mf2: *5 goda skäl för Karlskrona och ett emot...* (Utgivningsår okänt) Karlskrona kommun: Näringslivsenheten
- Mf3: *Utsikt – ett magasin från världsarvsstaden*. 2005. Karlskrona kommun.
- http://www.karlskrona.se/templates/Page___30036.aspx
- Mf4: *Örlogsstaden Karlskrona – ett levande världsarv* -. 2002. Karlskrona kommun & Länsstyrelsen Blekinge Län.
- <http://www.navalcity.org/htmlsidor/valkommen.htm>
- Mf5: *10 steg framåt – Nästa steg för en hållbar tillväxt i Karlskrona*. Karlskrona kommun: Näringspolitiskt program 2005-2007.
- http://www.karlskrona.se/upload/tio_steg_framat_rev9.pdf
- Mukhtar-Landgren, Dahlia. 2005. “*An information society for all*”- *post-industrial discourses of progress and the rise of informationalism on the European, regional and local level*. s 69-88 i “Från Kadmos till CAP – åtta uppsatser om europeiska nätverk, nationer och narrativ”. Önnarfors, Andreas (utg). CFE *Working Papers series No. 30*. Lund: Lunds universitet.
- Paddison, Ronan. 1993. *City Marketing, Image Reconstruction and Urban Regeneration*. s. 339-350 i *Urban Studies*, vol: 30, nr: 2.
- Patel, Runa & Tebelius, Ulla. 1987. *Grundbok i forskningsmetodik*. Lund: Studentlitteratur.
- Petersson, Bo. 1997. *National Self-Images and Regional Identities in Russia*. Aldershot: Ashgate.
- Petersson, Bo. 2003. *Intervjubarade studier av kollektiva identiteter*, s 35-52 i ”Identitetsstudier i praktiken”. Robertson, Alexa – Petersson, Bo (red). Malmö: Liber.
- Ringmar, Erik. 1996. *Identity, interest and action – A cultural explanation of Sweden’s intervention in the Thirty Years War*. Cambridge: Cambridge University Press.

- Sassen, Saskia. 1994. *Cities in a World Economy*. Pine Forge Press: Thousand Oakes.
- Tajfel, Henri. 1978. *Social Categorisation, Social Identity and Social Comparison*. s. 61-76 i "Differentiation between Social Groups". London: Academic Press.
- Tilly, Charles. 2002. *Stories, Identities and Political Change*. Maryland: Rowman & Littlefield.
- Törnquist, Gunnar. 1996. *Sverige i nätverkens europa: gränsöverskridandets former och villkor*. Malmö: Liber
- Wigerfelt, Anders S. & Wigerfelt, Berit. 2001. *Rasismens yttringar*. Lund: Studentlitteratur.
- Wagnesson, Charlotte. 2003. *Fienden mitt ibland oss. Att studera "den andre" i rysk folkopinion*. s 70-89 i "Identitetsstudier i praktiken" Robertsson, Alexa – Petersson, Bo (red). Malmö: Liber.
- Yuval-Davies, Nira. 1997. *Gender and Nation*. London: Sage.

Muntliga källor

- Bülow, Hans. Intervju: 2006-04-26
- Fischer, Inga-Lena. Intervju: 2006-04-25
- Johansson, Mats. Intervju: 2006-04-25
- Lewén, Kent. Intervju: 2006-04-26
- Mattisson, Calle. Intervju: 2006-04-26

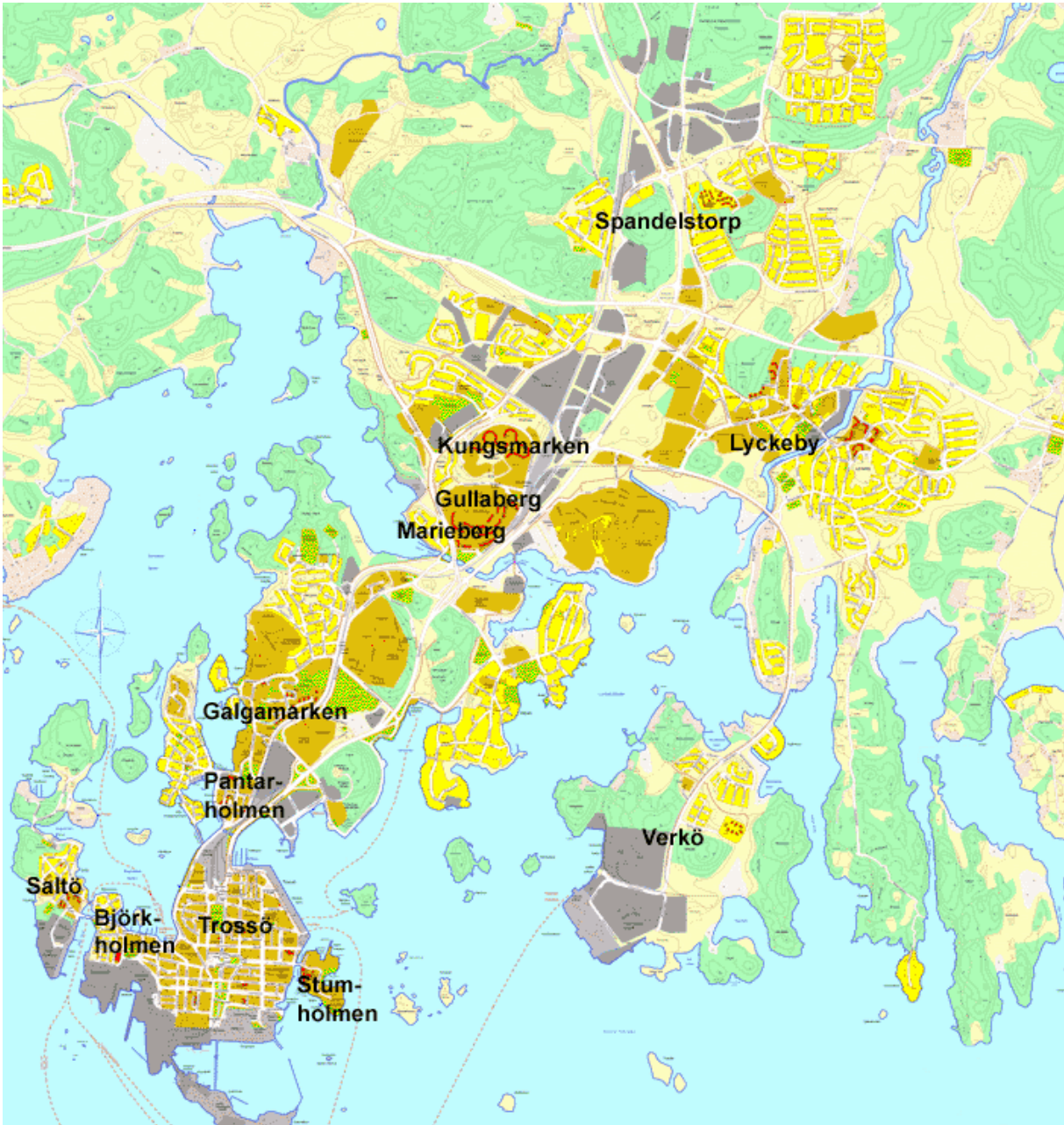
Bilaga 1: Intervjumall

- 1) Finns någonting som kännetecknar Karlskronaborna?
 - 1b) Vad?
 - 1c) Hur är Karlskronaborna inte?
- 2) Vad har Karlskronas geografiska läge för betydelse för stadens identitet?
- 3) Finns särskilda händelser i historien som är särskilt viktiga för Karlskronas identitet?
 - 3b) Närmare/Längre tillbaka i tiden?
 - 3c) Finns särskilda händelser i historien som Karlskronaborna tar avstånd från?
- 4) Finns platser som är särskilt viktiga för Karlskronaborna?
 - 4b) Byggnader och monument?
- 5) Vad är Karlskronas fysiska utbredning?
 - 5b) Inom vilket område bor de människor som känner sig som Karlskronabor?
- 6) Vilken sorts människor lockas till Karlskrona?
- 7) Hur uppfattas Karlskrona av omvärlden?
 - 7b) Har omvärldens uppfattning om Karlskrona förändrats?
- 8) Vilka förväntningar har Karlskronaborna på framtiden?

Bilaga 2: Karta över Trossö



Bilaga 3: Karlskronakarta



Bilaga 5: Frågor till fokusgrupp

- 1) Stämmer det att Karlskrona har en stark militär prägel?
 - 1b) Har den militära prägeln blivit svagare på senare år?

- 2) Stämmer det att Karlskrona har en traditionellt stark arbetarklass bestående av varvsarbetare och militärt manskap?

- 3) Har Karlskrona fått en ny image genom inflyttningar av studenter och IT-människor?
 - 3b) Beskriv i så fall denna image med tre ord.

- 4) Vilka platser är viktiga i Karlskrona?

- 5) Är man Karlskronabo om man bor i Karlskrona kommun?

- 6) Har motståndet mot nazismen betydelse för Karlskrona som stad och dess befolkning?

- 7) Är Karlskrona mer öppet nu än för tjugo år sedan?

- 8) Är utbildningsnivån i Karlskrona högre nu än för 20 år sedan?

- 9) Är det bättre att bo i Karlskrona än i exempelvis Stockholm?

- 10) Känns det som att Karlskrona är bortglömt av de styrande i Stockholm?

- 11) Märks det att Karlskrona är östersjöns mötesplats?

- 12) Är Arena Rosenholm viktig för Karlskrona?

- 13) Känns det som att Karlskrona är avskärmat från resten av Sverige pga. sitt geografiska läge?

Bilaga 6: Resultat fokusgrupp

Fråga:	ja	nej	vet ej
1.	23	1	3
1b.	16	6	5
2.	21	1	2
3.	10	7	10
3b.	Svar nedan		
4.	Svar nedan		
5.	16	9	2
6.	20	4	3
7.	20		7
8.	17	1	9
9.	10	7	10
10.	8	13	6
11.	11	12	4
12.	26		1
13.	3	23	1

På fråga 3b har de som svarat beskrivit den ”nya” identiteten med ord som framåtinriktas, positivt, målinriktat, nytänkande, utvecklingsanda, friskare, yngre, ”flashigt”.

På fråga 4 har de allra flesta nämnt Trossös miljöer, torget och varvet sticker ut, men även platser utanför Trossö, som Lyckeby och skärgården omnämns.