



LUND UNIVERSITY

Litterära resor : Turism i spåren efter böcker, filmer och författare

Sjöholm, Carina

2011

[Link to publication](#)

Citation for published version (APA):

Sjöholm, C. (2011). *Litterära resor : Turism i spåren efter böcker, filmer och författare*. Makadam förlag.

Total number of authors:

1

General rights

Unless other specific re-use rights are stated the following general rights apply:

Copyright and moral rights for the publications made accessible in the public portal are retained by the authors and/or other copyright owners and it is a condition of accessing publications that users recognise and abide by the legal requirements associated with these rights.

- Users may download and print one copy of any publication from the public portal for the purpose of private study or research.
- You may not further distribute the material or use it for any profit-making activity or commercial gain
- You may freely distribute the URL identifying the publication in the public portal

Read more about Creative commons licenses: <https://creativecommons.org/licenses/>

Take down policy

If you believe that this document breaches copyright please contact us providing details, and we will remove access to the work immediately and investigate your claim.

LUND UNIVERSITY

PO Box 117
221 00 Lund
+46 46-222 00 00

LITTERÄRA RESOR



LITTERÄRA RESOR

TURISM I SPÅREN EFTER BÖCKER,

FILMER OCH FÖRFATTARE

CARINA SJÖHOLM

MAKADAM

MAKADAM FÖRLAG
GÖTEBORG · STOCKHOLM
WWW.MAKADAMBOK.SE

*Publiceringen har möjliggjorts
genom bidrag från*

*Erik Philip-Sörensens stiftelse för främjande
av genetisk och humanistisk vetenskaplig forskning*

Ebbe Kocks stiftelse

Gyllenstiernska Krapperupsstiftelsen

Gulli och Nils Strömboms stiftelse för etnologisk bildforskning

*Kopiering eller annat mångfaldigande
kräver förlagets särskilda tillstånd.*

Litterära resor. Turism i spåren efter böcker, filmer och författare

© Carina Sjöholm 2011

Omslagsbild: © Carina Sjöholm

Samtliga inlagebilder: © Carina Sjöholm, där ej annat anges.

Tryck: Bulls Graphics, Halmstad 2011

ISBN 978-91-7061-601-3

INNEHÅLL

INLEDNING 7

BAKGRUND 8 · BOKENS INNEHÅLL 9 · METOD, MATERIAL OCH TEORETISKA
UTGÅNGSPUNKTER 12 · INFÖR LÄSNINGEN 16

I SPÅREN EFTER LITTERÄRA BERÄTTELSE 19

VIA MANDERLEY OCH HAWORTH 20 · PÅ RESA I AGATHA CHRISTIES
FOTSPÅR 28 · LUSTEN ATT FÖLJA I FOTSPÅR 35 · LITTERÄRA VANDRINGAR I
SVERIGE 37 · SVENSK DECKARKULTUR – EN LÅNG TRADITION 40

WALLANDERLAND 47

WALLANDER INTAR YSTAD 47 · I WALLANDERS SPÅR 49 · KULTURCENTRUM
MANKELL 52 · STADSSPÅR 55 · INTIMISERING OCH ROMANTISKT
LANDSKAP 61 · DEN GUIDADE STUDIOTUREN 64 · WALLANDER I LANDSKAPET
– EN BUSSTUR 67 · EN EXPANDERANDE DECKARTURISM 73 · WALLANDER
GÅR VIDARE 76 · REGIONAL FILMPRODUKTION 79 · FILMPRODUKTION SOM
PLATSMARKNADSFÖRING 82

LÄCKBERGEFFEKTEN 87

BAKGRUND 88 · INFÖR DEN TURISTISKA LANSERINGEN AV
LÄCKBERG 90 · LÄCKBERG OCH FJÄLLBACKABORNA 93 · I CAMILLA
LÄCKBERGS SPÅR? 96 · MORDKARTOR 101 · KARTORNAS ROLL OCH
BETYDELSE 107 · MARKNADSFÖRINGENS BETYDELSE 110 · DET LOKALA
OCH DET POPULÄRA 114 · FJÄLLBACKAS DECKARDROTTNING ELLER
DECKARDROTTNINGENS FJÄLLBACKA? 118

ISCENSÄTTNINGAR I ASTRID LINDGRENS VÄRLD 121

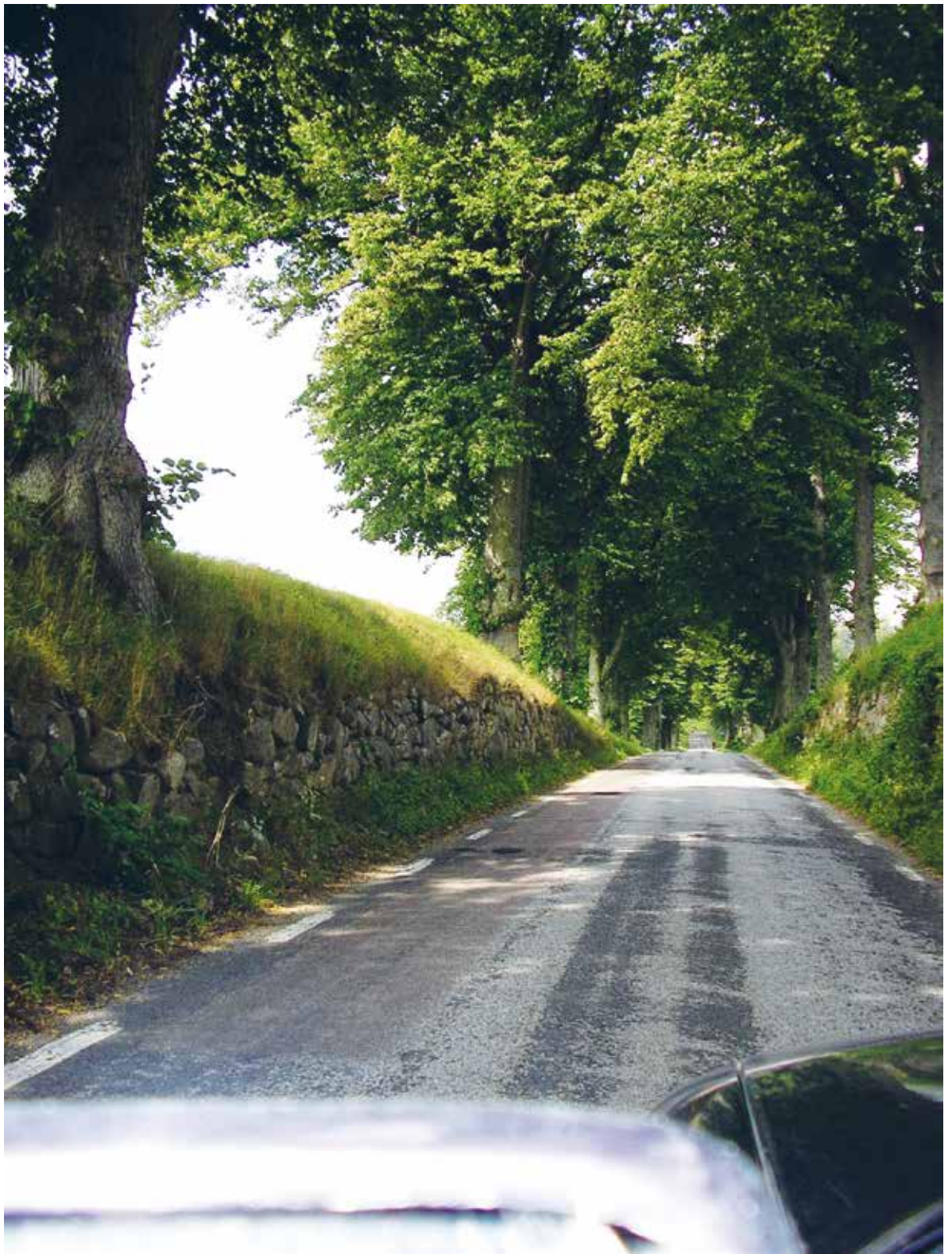
BAKGRUND 122 · ATT ”ÄGA” EN FÖRFATTARE 125 · ASTRID LINDGRENS VÄRLD
OCH ASTRID LINDGRENS NÄS 128 · VIMMERBYS ASTRID LINDGREN ELLER
ASTRID LINDGRENS VIMMERBY? 133 · ASTRID LINDGREN – ETT SÄTT ATT
SKAPA LOKAL IDENTITET? 137 · ISCENSÄTTNINGAR 139 · DET BIOGRAFISKA
INTRESSET 146 · DRÖMMEN OM DET OFÖRVANSKADE 151 · ALLAS VÅR ASTRID
– SKAPANDET AV ETT KULTURARV 155 · TURISM OCH KULTURPOLITIK 157

PLATSERS DRAMATURGI 161

DEN BEKANTA GEOGRAFINS BETYDELSE 161 · KULTURTURISM I UPPLEVELSE-
SAMHÄLLET 163 · DET GLOBALA OCH DET LOKALA 167 · VIKTEN AV ATT VARA
VERKLIG 171 · LITTERÄR TURISM SOM RESOR I HETEROTOPIERNA 175 · ATT
BEMÄSTRA DET ÄKTA 176 · SLUTORD 183

EFTERORD 189

NOTER 191 · LITTERATUR 194 · APPENDIX 205



INLEDNING

NÄR *SYDSVENSKA DAGBLADET* PRESENTERADE vårens deckarförfattare 2011 gjordes det i form av en karta för att visa var de nyutkomna deckarna utspelas (31 januari 2011). Det har blivit så etablerat att deckare och plats hänger ihop att en karta blivit ett vanligt sätt att illustrera bokutgivning. Detta sätt att lokalisera författarskap är dock inte förbehållet deckargenren. I augusti samma år valde kulturredaktionen i samma tidning att kartlägga litteraturens Malmö (28 augusti 2011). Med en karta som bas pekades nitton platser ut och kopplas till skönlitterära berättelser, händelser eller upphovsmän.

Det är vanligt att skönlitterära författare använder igenkännbara platser i sina böcker men det förefaller bli allt vanligare och i acceleration. Runt om i Sverige har det sedan länge varit möjligt att följa i författares men också i fiktiva gestalters fotspår, inspirerat av böcker eller filmatiseringar. Möjligheterna har blivit fler och det finns en växande marknad kring resor av detta slag. Att följa spår och att välja ett tema för sin semester kan vara ett sätt att bryta uppkörda turistiska banor. I sin organiserade form är dessa verksamheter del av något väsentligt större, bland annat av en ekonomisk utveckling där kultur och ekonomi blivit alltmer integrerade. De kulturella och kreativa näringarna ska enligt regeringen tillsammans med näringslivet skapa regional tillväxt och dubblera den totala exporten. De ekonomiska och de kulturella sfärerna sammanfogas alltmer i politik och i praktik. Litteratur, musik, datorspel, design och mode lyfts fram tillsammans med film och nyare medieteknologier som dynamiska och lukrativa branscher. Framgångarna för svenska deckare med Stieg Larsson i spetsen och Camilla Läckberg och Henning Mankell strax efter nämns inte uttryckligen i 2009 års "Handlingsplan för kulturella och kreativa näringar" men tas i andra dokument upp som förebilder för hur en så kallad kreativ näring fungerar både lokalt och globalt.

Det är turismen och dess möte med kultursektorn genom exploatering

av litterära texter som denna bok handlar om. Här ges exempel på vad turismbranschen gjort med den specifika form av kulturturism som är kopplad till författarbiografier och skönlitterära berättelser, men här finns också beskrivningar och analyser av det som kulturkonsumenten kan tänkas uppleva i spåren av litterära berättelser.

BAKGRUND

Arbetet med boken började med att jag deltog i en nordisk konferens om litterära museer och författar- och kompositörshem som hölls i ett småländskt samhälle.¹ Kulturnämndens dåvarande ordförande inledde konferensen med att tala om vikten av att göra ”vår litteratur” levande för fler människor men också om att han och kulturnämnden ville få människor att ”vibrera i mötet med litteraturen, att beröras på djupet av litteratur”. Det händer alltför sällan, menade han. Genomgående under konferensen noterade jag hur många som var stolta över att ha ”lokala” författare. Många av deltagarna var engagerade i litterära sällskap och förestod själva författarhem, boksamlingar eller annat som påfallande ofta knyter an till olika författares uppväxtorter. Det talades om de författare som var födda på platsen, dem som var verksamma där och dem som skrivit om platsen. Här mötte jag entusiaster, människor som var djupt engagerade i litteraturens värld och för vilka läsning av skönlitteratur är en självklar del av livet. Många var dessutom hängivna folkbildare och hade tagit på sig att förmedla sina insikter och upplevelser till andra.

Tankar kring relationen mellan plats och litteratur men så småningom även andra medier väcktes, liksom funderingar kring hur dessa entusiasternas engagemang kommer till uttryck, eller inte kommer till uttryck, och används eller inte används inom kultur- och turismsektorn. Intresset för varför människor så gärna besöker författarhem vidgades så småningom till att gälla resor i litterära texters spår. Eftersom jag sedan länge intresserat mig för hur olika medier interagerar kom resor i spåren av såväl den enskilda författaren som det skönlitterära verket i form av roman eller filmatisering alltmer i fokus.

Utflykter i såväl författares som litterära och filmatiserade gestalters spår är del av en expanderande marknad både nationellt och internationellt. Detta är därför även en studie av turismbranschen som liksom bok- och filmbranscherna är stor och mycket diversifierad. Det finns en del stora turismorganisationer men också många små företag och entreprenörer utan resurser där samverkan inte alltid fungerar på bästa sätt. Liksom i stora delar av servicesektorn är detta en bransch där man traditionellt har låg utbildningsnivå, vilket ofta leder till låg status. Men det är också en bransch där det görs stora satsningar, där det

finns många entusiaster, där det sker en professionalisering och, framför allt, där det finns politiska förväntningar på expansion.

BOKENS INNEHÅLL

Resevanor förändras ständigt och det har skett en stor expansion av paketerade resor. Det finns ett ökat intresse för resande kopplat till skönlitteratur, i synnerhet till olika populärlitterära genrer. Det som benämns litterär turism handlar egentligen om många olika saker. Att en skönlitterär text inspirerat till resande var min utgångspunkt, men ju mer jag närmat mig den turistiska praktiken, ju tydligare har jag sett att begreppet litterär turism egentligen är för snävt. Ibland har det visat sig att det är en annan medial form än själva romanen som varit avgörande för resan. Därför är det mer rättvisande att säga att jag intresserat mig för de resor som görs inspirerade av någon sorts medial text. Jag vill luckra upp begreppet litterär turism och visa spännvidden i vad som kan menas. Ytterst handlar det om mediers hybridisering eller sammansmältningar och där blir det många gånger oklart vad som ursprungligen inspirerat till resandet, men också vad som blir viktigast efter hand. Många jag talat med hänvisar till att böcker inspirerat dem, men ofta är det uppmärksamheten efter en filmatisering eller helt andra faktorer som gör att resan blir av.

Det som förenar exemplen i boken är att det är skönlitteratur i en eller annan form som inspirerat till resandet. Det kan alltså vara en filmatisering av en skönlitterär text likaväl som en roman. Det handlar då både om resande för att följa i fiktiva gestalters fotspår, det vill säga platser och personer som omnämns i de litterära berättelserna i böckerna eller i filmerna, och om hur man inspirerats att resa genom att följa i en författares spår eller för att besöka filminspelningsplatser.

Under senare år har litteratur- och filmturismen utvecklats väsentligt. Det har betydligt mer betytt att det som för inte alltför länge sedan betraktades som en ganska specifik genre, kulturturism, nu inte bara omfattar litteratur- och filmturism utan man kan till och med tala om deckarturism som en variant. Att denna genre får relativt stort utrymme här beror på att jag länge fascinerats av det uppsving kriminallitteraturen haft, både nationellt och internationellt. Detta intresse för en genre som under lång tid betraktats som trivial har diskuterats mycket. Ibland har denna popularitet tolkats som ett svar på ett behov av litteratur som synliggör det globala, senmoderna samhällets komplexitet och ogenomsådliga maktstrukturer. Vardagens komplexitet förs nämligen ofta fram som en viktig faktor för svenska deckares genomslag och popularitet. Intressanta karaktärer och miljöer är en del av detta. 2000-talets deckargenre

är bred och spännvidden stor, men det är utan tvekan så att svensk kriminallitteratur inte bara har stort genomslag nationellt utan dessutom en stor internationell marknad. I Tyskland är till exempel *Schwedenkrimi* ett etablerat begrepp, liksom *giallosvezia* i Italien och *Le polar suédois* i Frankrike. Denna popularitet har turismbranschen tagit tag i.

Innan jag kort kommer in på teoretiska och metodologiska utgångspunkter vill jag berätta om bokens struktur. Utgångspunkt är tre delstudier som utgör konkreta exempel på hur olika man lokalt hanterat intresset för den form av kulturturism som sätter skönlitterära uttryck i centrum. Tanken är att studierna ska illustrera skilda kulturella praktiker för att visa på spännvidden, inte bara i hur begreppet litterär turism används utan också hur det rent faktiskt gestaltar sig. För att sätta in de svenska uttrycken i ett turistiskt ramverk inleds nästa kapitel med tre engelska exempel som fungerar som utgångspunkt för en del av det som jag finner i de tre svenska delstudierna. Det kapitlet avslutas med ytterligare svenska exempel på litterär turism och i synnerhet så kallad deckarturism, tillsammans med reflektioner över lusten att resa i litterära spår, nu och då, internationellt och nationellt. Studierna har det gemensamt att de alla handlar om hur medieformer blandas, förändras, interagerar och därmed skapar nya betydelser.

Med filminspelningarna och intresset för Henning Mankells romanfigur kriminalkommissarie Kurt Wallander i kapitel tre ges exempel på vilka ekonomiska synergieffekter som finns mellan litteratur, film och turism. Regionalt producerad film betraktas alltmer som en betydelsefull tillväxtfaktor men också som en del av upplevelseindustrin. Från regionens sida har filminspelningarna och intresset för den fiktive Kurt Wallander varit ett sätt att maximera turismen, vilket lyckats över förväntan. Paketerandet, det vill säga hur arrangörer skapar hela resepaket bestående av olika delar för att förstärka upplevelsorna, står i centrum, liksom olika sorters guidade turer som görs framför allt i den fiktive och filmatiserade Wallanders fotspår, men även i författaren Henning Mankells spår (Petersson 2003).

I kapitel fyra presenteras den andra delstudien som behandlar hur man i Fjällbacka hanterade den turism som förmodades följa i fotspåren av filmatiseringen av deckarförfattaren Camilla Läckbergs romaner. När tv-filmatiseringarna av Camilla Läckbergs böcker lanserades fick man lokalt försöka hantera det som kom att benämnas Läckbergeffekten. I detta kapitel görs jämförelser med andra svenska deckarförfattare vilkas böcker och filmatiseringar lett till mer eller mindre organiserade guidade vandringar och där den så kallade mordkartan sätts i centrum. Läckbergs kriminalromaner har liksom Mankells under flera år toppat bästsäljarlistor, nationellt och internationellt.



Marknadsföringens betydelse för författaren är en del i den studie som tar sin utgångspunkt i Camilla Läckbergs författarskap. Krävs det en särskild kompetens för att saluföra sig själv framgångsrikt?

Litteratur- och filmturism har antagit nya former men är ingalunda en ny företeelse. Såväl Astrid Lindgren som hennes fiktiva gestalter har lockat till turism i flera decennier och är ett exempel på en relativt lång och plats-exploaterande historia. Detta diskuteras i det femte kapitlet. Förvaltande och förmedlande av värden bortom själva böckerna blir tydliga i denna studie på ett annat sätt i de andra. Kulturarv är en process där minnen, traditioner och associationer väljs ur historien för att brukas i olika syften och därmed bli en strategisk faktor i profilerandet av en plats, en kommun, en företeelse eller till exempel en person. Vad händer när en liten stad får ett så stort kulturarv att förvalta som en internationellt känd författare som Astrid Lindgren?

I det sjätte och avslutande kapitlet diskuteras bland annat det faktum att det är många som vill tjäna på och ta del av det som turismen genererar. Turismindustrin har alltid varit beroende av att ge människor upplevelser och detta har tagit sig nya uttryck, framför allt under det senaste decenniet. Ett centralt drag i upplevelseindustrin är försöken att paketera och distribuera upplevelsesamhällets olika delar och ingredienser. Det finns många exempel på affärsdrivna strategier i exempelvis lansering av platsdestinationer vilket kommit att bli en nästan självklar ingrediens i litteratur- och filmturism. Exempelen i boken är många men utgångspunkten är delstudierna där både generella drag och komplexitet kommer till uttryck. De har valts för att de kompletterar och belyser varandra.

*Svensk kriminal-
litteratur har
inte bara ett
stort genomslag
nationellt utan
dessutom en stor
internationell
marknad.*

METOD, MATERIAL OCH TEORETISKA UTGÅNGSPUNKTER

Korsningar mellan genrer och stilar skapar hela tiden nya betydelser. Hierarkier och genrer förändras, trender och stilar återanvänds och fakta och fiktion smälter samman. Trots populärkulturens centrala roll i vårt samhälle har den traditionellt sett haft låg status och det lyser ibland fortfarande igenom. I de tre delstudierna fokuseras turism kopplad till deckare och barnlitteratur även om Mankell, Läckberg och Lindgren också skrivit i andra genrer. Deckare och barnlitteratur är genrer som både haft låg status och hög grad av popularitet. Den kluvenheten blir ibland uppenbar och uttrycks inte sällan när litterära resor av detta slag diskuteras. Turism och resande, i synnerhet massturism, har alltid väckt starka känslor och är på flera sätt ett minerat område där många olika värdeladdningar tydliggörs. Det märker jag ibland när jag presenterar mitt forskningsprojekt. De flesta berättar om sina egna resor i spår av olika slag, några markerar ett oförstående för hur man kan åka till Ystad för att följa i den fiktive Kurt Wallanders fotspår. Hur man än förhåller sig till den sortens evenemang finns det en stor marknad kring dessa resor. Att resa på egen hand efter att ha inspirerats av en bok och/eller film och genom att ha införskaffat en tematiserad karta är ett sätt. Att köpa en paketerad resa till Botswana för att följa i Mma Ramotswes, huvudpersonen i böckerna om Damernas detektivbyrå, fotspår, med författaren Alexander McCall Smith som guide, är ett annat sätt och få förbehållet, eftersom det är en mycket dyr resa. Spännvidden är stor och möjligheterna är många, både för dem som producerar resorna och för dem som konsumerar dem. En fråga jag ställer mig är hur klar distinktionen mellan producent och konsument är i denna form av resande.

Som kulturanalytiker använder jag här etnografisk metod för att i det lilla se det stora, det vill säga se konkreta exempel på fenomenet litteratur- och filmturism som en kommentar till ett större och generellt sammanhang. Det handlar om att åskådliggöra ett antal kulturella värderingar och föreställningar som skapas i produktionen och konsumtionen av evenemang som bygger på skönlitterära texter. Dessa verksamheter säger något, menar jag, om vad som utmärker vårt samhälle i stort genom att de illustrerar förändrade uppfattningar om tid och rum men också förändrade konsumtionsmönster. I det som brukar benämnas den nya ekonomin krävs det ständigt nya produkter, nya marknadsföringsstrategier och nya vägar till försäljning, vilket leder till skapandet av nya ritualer och konsumtionsgemenskaper. Det kan man välja att tolka som en särskiljandets praktik och se hur människor, besökarna såväl som arrangörerna och ibland även författare, använder hela eller delar av upplevelsen som ett sätt att identifiera, positionera och profilera sig.

Studien bygger på en blandad materialkomposition. Jag har gjort en mängd deltagarobservationer vid tematiserade guidade turer och museiverksamheter men också gjort åtskilliga rundturer där jag själv följt tematiserade kartor. Aktivt deltagande i diverse vandringar har varit ett sätt att söka besökarnas eller konsumenternas perspektiv i denna specifika studie. Det är ett klassiskt sätt att utöva etnografi: att man ser till de rum och den materialitet där upplevelser tar form för att på så sätt kunna se de kulturella processer som formar upplevelsena (jfr O'Dell 2005). Jag har under vandringarna ägnat mig åt deltagande observation, iakttagit, lyssnat och samtalat vilket betyder att jag utgått från mina upplevelser av dessa vandringar. Förutom de mer systematiska fältarbetena har jag kombinerat mina egna resor de senaste åren med att besöka en mängd guidade turer, vandringar och författarhem, liksom turistiska evenemang som varit relevanta.²

Det tidsmässigt mest omfattande fältarbetet har varit deltagande i den tio dagar långa litterära festivalen tillägnad författaren Daphne du Maurier som går av stapeln i Fowey, England, varje år i maj. Den har jag följt ett par år i rad. Jag har också besökt några andra engelska klassiska turistmål i litteraturens fotspår, till exempel familjen Brontës Haworth beläget utanför Leeds. England har en särställning vad gäller det jag här kallar deckarturism och som kan ses som en subgenre inom det som traditionellt kallas litterär turism. Jag har därför besökt Oxford där det försiggår ett antal Inspector Morse-vandringar och närstuderat en del av de skriftliga guider som utkommit. Hösten 2010 deltog jag dessutom i en Agatha Christiefestival i samband med 120-årsjubileet av hennes födelse. Den festivalen innehöll ovanligt många av de ingredienser som anses som väsentliga i det som såväl producenter som konsumenter brukar definiera som litteratur- och filmturism. Dessa exempel använder jag som relief till de svenska delstudierna.

Materialiet består bland annat av kvalitativa djupintervjuer. Det centrala i dem är att ta del av människors erfarenheter och den mening de intervjuade ger åt sina erfarenheter. Som intervjuare och analytiker försöker man komma åt åsikter, attityder, berättelser och livshistorier. Intervjuerna har jag framför allt gjort med människor som är engagerade i produktionen av den sorts turistiska evenemang som jag här intresserar mig för. I Vimmerby fältarbetade jag samtidigt som kunskapscentrumet Näs byggdes. Där intervjuade jag många olika personer, mer eller mindre engagerade i de turistiska satsningarna kring Astrid Lindgren och engagerade i författarskapet på olika sätt. I Ystad har jag varit många gånger, för att göra regelrätta intervjuer med människor som är engagerade i Wallanderturismen, för att delta i guidade turer av olika slag och för att ha uppföljningssamtal med engagerade. Fjällbacka har jag gästade vid

Bokmässan ger tillfälle att fundera på marknaden kring litteraturen: författaren som centralgestalt, hierarkierna mellan olika genrer, materialiteten och kommersen.



några olika tillfällen med ett par års mellanrum och då intervjuat engagerade ortsbor och kommunala representanter, samtidigt som jag genom att vara på plats kunnat delta i enstaka möten och framför allt samtalat med människor.

Flera års deltagande i Bok- och biblioteksmässan i Göteborg specifikt för projektet har blivit fältarbete. Eftersom litterära resor är en del av en expanderande turismbransch finns angränsande diskussioner runt omkring oss hela tiden. På Bok- och biblioteksmässan har jag haft chans att höra om, och ibland diskutera med, en mängd svenska och utländska deckarförfattare hur de skriver, vad de inspireras av, hur de tänker kring de platser och de människor de beskriver i sina böcker, hur de möter sina läsare och så vidare. Bokbranschen har förändrats och nya ingångar till mina delstudier har uppkommit när jag deltagit i dessa bokevenemang. Varför har det till exempel varit så viktigt för författaren Åsa Larsson att berätta att hon verkligen suttit på den brygga hon skriver om i sin senaste bok? På mässorna har jag getts möjlighet att tänka extra mycket på marknaden kring litteraturen: författaren som centralgestalt, hierarkierna mellan olika genrer, materialiteten, kommersen. Bara att delta i de flöden som mässorna omfattar ger en känsla för det litteräras kraft. Författare, läsare, förmedlare, försäljare, förläggare, litterära agenter, de många offentliga samtalen, signeringarna, försäljningen i montrarna av såväl böcker som t-shirtar och kaffemuggar.

Detsamma gäller andra tematiska seminarier och konferenser. Jag har följt debatter om författares förändrade villkor, om litteraturläsandet och filmers

kraft, dess kommersialisering med mera på kultursidorna i flera av de stora dagstidningarna, men även annat tidnings- och tidskriftsmaterial som artiklar, debatter, insändare, reklam. Som grund har jag en studie jag genomförde för många år sedan och som bland annat handlade om läsande av skönlitteratur och den kontext vari läsandet ingår (Sjöholm 1992).

Handboksutgivningen inom resebranschen har formligen exploderat. Broschyrmaterial är en rik källa. Kartor, reklam, flyers och annat material som handlar om lokalt kulturliv, sevärdheter och dylikt är en illustration av vad som betraktas som marknadsmässigt. Sekundärlitteratur i form av böcker, artiklar, programförklaringar, utredningar och andra inventeringar har använts för att problematisera, styrka, tillbakavisa eller klargöra övrigt material. En sorts datatriangulering helt enkelt, vilket är en vanlig kultur- och samhällsvetenskaplig metod där materialet fungerar både som källa och som metod.

Det material som ligger till grund för mer generella påståenden om den här formen av turistiska satsningar i svenska kommuner bygger dessutom på ett kvantitativt material som omfattar drygt 130 svar från svenska turistbyråer om satsningar på det jag valde att kalla fotspårsturism när jag inledde projektet, med fokus på deckarturism. Eftersom det materialet nu har några år på nacken kan jag konstatera att mycket har hänt på fyra år! Jag kan också inse den dubbla roll som forskare har. En del av svaren visar att jag väckte en tanke genom mina frågor om en satsning man lokalt kände kanske borde göras. Om fotspårsturism väckte nyfikna frågor för fyra år sedan är det snarare tvärtom i dag. Påfallande många kan berätta om en resa med litterärt tema de själva gjort, att de känner någon som har gjort en sådan – eller att de läst om det.

Att konkret visa hur en marknad vuxit fram, upprätthålls och framför allt används som ”koncept” kring litteratur, film och turism har varit ett huvudsyfte. Jag kommer att diskutera dessa resor som en sorts hybridupplevelse där alla kringarrangemang spelar roll på olika sätt. Resonemang kommer att utgå från begrepp som *hybridisering*, *upplevelsesambälle* och *kulturell ekonomi*. I den expanderande marknadsföringen av författare, böcker, film, landskap och producerande av så kallade upplevelseskap har nya kommersiella rum skapats och kulturella fält sammanblandas mer än någonsin. Marknaden kring skönlitteratur ger exempel på hur kulturella uttryck och ekonomi alltmer samspelar och förutsätter varandra.³ *Platsers betydelse* liksom *marknadsföring* och *varumärkesproduktion* är andra stora forskningsfält som är betydelsefulla att relatera till utifrån det material som här analyseras.

Förhållandet mellan turism och litteratur och film tycks för forskningens vidkommande vara inne i en formativ fas.⁴ Samtidigt har fältet blivit kommersiellt attraktivt i turismbranschen. Det faktum att en hel del människor

planerar sina resor för att följa en författare eller litterär gestalt i spåren, alternativt följa en resrutt efter en roman eller för att uppleva något som de sett på bio eller tv, har blivit viktigt för turismindustrin att fånga upp.

INFÖR LÄSNINGEN

Jag använder så kallade litterära resor som ett sätt att försöka förstå vår tid och tidsanda utifrån en kombination av upplevelseelement. Det är satsningar som passar väl in i vår tid med sin blandning och återanvändning av bland annat populärkulturella komponenter. Föremål och platser laddas med olika betydelser i olika kombinationer, vilket gör att deras betydelse snabbt kan förskjutas genom en ny kombination. De individuella valen lyfts numera fram som en marknadsmässig nisch och de skraddarsydda lösningarna har fått en allt större roll. Kort sagt kan man tala om en individualiserad och segmenterad turism i dag (Urry 1990). Det är de individuella valens tid och därmed en sorts paradoxernas tid. Vi vill resa som andra reser för att ha gemensamma referensramar men också resa på vårt eget sätt, till andra ställen än dit de vi känner reser. Påfallande många är unika på ungefär samma sätt.

Denna bok handlar om att följa litterära texter som tagit sig olika mediala uttryck och författare eller fiktiva gestalter hämtade från böcker eller filmatiseringar. Kapitlet om Henning Mankell och Ystad, det vill säga Wallanderland, handlar framför allt om att följa och exploatera en uppdiktad person. De ekonomiska synergieffekterna mellan kulturproduktion, turism, ekonomi och paketering betonas. Kapitlet om Camilla Läckberg och Fjällbacka handlar om den nya tidens författare och kravet på exponering men framför allt om marknadsföringen av ett landskap där det inte är helt klart vem som använder vem. Det beror på vilket perspektiv som anläggs. Astrid Lindgrenland handlar om hur en författare har monumentaliserats och kommit att representera ett kulturarv. Det är ett exempel på hur ett litterärt arv förvaltas. Både Lindgrenstudien och den om Läckberg och Fjällbacka handlar till stor del om spänningar mellan olika intressen, det som finns som en underliggande strimma i de flesta turismsatsningar, mer eller mindre uttalad. Exemplet som delstudierna bygger på är svenska, men några internationella jämförelser görs för att tydliggöra skillnader och likheter. Exemplet med den engelska författaren Daphne du Maurier handlar om ett särskilt markerande av plats, om specifika naturupplevelser, men också om att lockas till att plocka fram och skapa egna inre bilder utifrån det man läst. Här finns flera jämförelser med hur Mankell och Wallander används i Ystad. Exemplet med författarfamiljen Brontë och deras hem Haworth handlar mer om familjen och dåtidens England och fung-



Med hjälp av den litterära upplevelsen marknadsförs ofta landskap, och vice versa. Här kustlinje i Cornwall.

erar nästan folkbildande. Det är på det sättet intressantare att jämföra med den roll Astrid Lindgren haft för Vimmerby. Festivalen kring deckarförfattaren Agatha Christie är lite av alltihop, inklusive en uttalad lekaspekt. Där blir det på så sätt lättare att själv välja nivå och engagemang, vilket borde locka en bred publik. Det är inte alltid helt givet vem som använder vem; något som blir än mer relevant i exemplet med Camilla Läckberg och Fjällbacka.

Cornish Guardian

**Du Maurier
Festival**
4-page special



**This week in your
Cornish Guardian**
At the heart of all things local

I SPÅREN EFTER LITTERÄRA BERÄTTELSE

VAD INNEBÄR DET ATT RESA i böckers, filmers och författares fotspår? Jag startar i England av flera skäl. England är ett föregångsland vad gäller litterär turism och har inspirerat många av branschens svenska aktörer. Där finns decenniernas erfarenheter av turistiska attraktioner av detta mer upplevelseorienterade slag, som är kopplade till fiktion. Såväl guidade turer som vandringar av allehanda slag har en lång tradition och vandringens rekvisita och materialitet är oändlig.

De engelska exempel jag valt att betona korresponderar med och tydliggör drag i de svenska exempel som jag valt att lägga tyngdpunkten på i mina analyser. Jag börjar i England i Daphne du Mauriers Cornwall och reser vidare till Brontës Haworth för att komma till Agatha Christies Torquay. I kapitlet om Wallanderland kommer jag dessutom att göra några jämförelser med Inspector Morses Oxford. Därefter exemplifierar jag med litterära vandringar för att komma in på svensk deckarkultur, vilken utgör en grund för det som behandlas i de två kommande kapitlen.

Centralt i många vandringar i spåren av författare, böcker och filmer är att visa och att se vad som inspirerat författaren, inte sällan genom att visa att författarna är ”verkliga” människor. Det är ofta en intressant blandning av att dels skapa aura kring en speciell person, dels visa att han eller hon egentligen är en ganska vanlig person, lätt att identifiera sig med. Att det även är en sorts bildningsresa är också ett drag som kan kännas igen då såväl som nu. Såsom mycket annat består turism av en blandning av kontinuitet och förändring, av nytt och gammalt. Ofta får man ta del av landets historia, politik och traditioner i guidade turer. Vandringar i fotspår, genom egen försorg, efter guidande kartor eller en tur med guide, passar väl in i mallen för vad ekonomerna Pine och Gilmore formulerat som kriterier för en lyckad upplevelse: den ska bilda människor på något sätt, den har ett eskapistiskt drag, den innehåller moment

av underhållning och den är inslagen i en estetisk förpackning som förenar alla dessa element på ett lockande sätt (Pine & Gilmore 1999).

Populariteten för litterära resor i den förpackning som nu blivit alltmer vanlig hänger ihop med karaktäristiska drag i dagens turism, menar sociologen John Urry och konsumtionsforskaren Scott Lash (1990), tillsammans med flera andra modernitetsforskare. De poängterar att dagens konsumtion är alltmer individualiserad, vilket gör att även producenterna blivit alltmer konsumtionsorienterade. Dagens turister söker individuella alternativ och gör också färre återkommande besök eftersom de hellre vill besöka nya ställen och få nya upplevelser. Marknaden segmenteras alltmer, vilket gör att det finns utrymme för allt fler attraktioner och turistmål, även om de ibland kan förefalla relativt lika. För att möta de alltmer konsumtionskrävande turisterna som vill ha förnyelse utvecklas hela tiden nya produkter, men med allt kortare livslängd.

VIA MANDERLEY OCH HAWORTH

Sedan flera år kan man i maj åka till den lilla orten Fowey, belägen på Cornwalls södra kust i England, för att delta i den årliga tio dagar långa festivalen tillägnad författaren Daphne du Maurier. Hon föddes 1907 och är bland annat författare till romanerna *Rebecca*, *Jamaica Inn* och novellen "Fågglarna", för att nämna de litterära verk som Alfred Hitchcock filmatiserade och som är kända av en bred allmänhet. Hennes verk har lästs av många, framför allt unga kvinnor i USA och Storbritannien, och är del av den upprättelsetradition som en del kvinnliga författare, till exempel Jane Austen, blivit del av under senare decennier. Till viss del kan Astrid Lindgren också kopplas till denna tradition, vilket jag återkommer till senare.

Långa perioder levde du Maurier i Fowey. Första gången jag var i Fowey inleddes den tolfte Daphne du Maurier-festivalen med en vetenskaplig konferens om du Maurier. När jag talade med andra deltagare och lyssnade på de olika föreläsarna ställde nästan alla frågan varför det talades så lite om du Maurier och Cornwall. "Det var det som lockade oss till Cornwall", sa flera. Men detta ansträngde man sig uppenbarligen för att förändra. När man numera kör till Fowey möts man av en skylt som säger att man kommit till "Daphne du Mauriers Cornwall". Under konferensen talade bland andra Helen Taylor, en av de forskare som ägnat sig åt du Maurier vid University of Exeter som har en avdelning speciellt för Cornish Studies Research. Hon påpekade att du Maurier var suverän på att skapa stämningar i sina böcker. Taylor läste högt ur boken *Jamaica Inn* och sa att du Maurier var visuell och exemplifierade med beskrivningar av det cornwalliska vädret som hon menade hänger så väl ihop

med landskapet: "landscape, weather and the mood." Hon fortsatte: "She uses the words to capture the spirit of the place" och menade att den förmågan kom sig av nära iakttagelser och observation genom många och långa vandringar. Människor som vandrar lär sig att se, och därigenom lägger de märke till förändringar, i synnerhet de som vandrar dagligen, fortsatte Taylor och talade om lätt igenkännbara platser. Flera av forskarna på konferensen menade att det för du Mauriers del låg mycket bakgrundsarbete bakom berättelserna. De menade att du Maurier egentligen var en sorts forskare eftersom hon var så mån om att få detaljerna rätt, inte minst för att lokalbefolkningen skulle känna igen sig. Att hon använde sig av sin lokalkännedom sas igen och igen och det berättades hur effektivt det användes i böckerna. När jag senare mött svenska kriminalromanförfattare känner jag igen detta sätt att tala om det egna skrivandet. Man berättar gärna och mycket om det gedigna bakgrundsarbetet, men också om betydelsen av att förstå både människor på plats och landskap. Det handlar ofta om att få det "rätt" på flera sätt. Om platser namnges ska läsaren kunna finna dem och det talas ofta om att kunna beskriva platsers och lokalbefolkningens själ.

I samband med festivalen anordnas ett flertal "literary walks" utifrån du Mauriers böcker. Samtliga vandringar brukar sälja slut flera veckor före festivalen går av stapeln och tack och lov hade jag bokat flera i förväg. Så många människor går alltså i du Mauriers fotspår. Vad inspirerar dem? Varför är det så populärt? Flera sa att det var blandningen av fiktion och verklighet som inspirerade till vandringarna. "You really can see what she saw." "It's very powerful." "You can really see it yourself, through her eyes and your own." Många av vandringarna hade du Maurier kunnat göra ännu denna dag, fick jag veta, eftersom så mycket av landskapet är oförändrat. I Cornwall och Fowey fann hon "the freedom to walk, to think", sas det. Hon sägs ha varit orolig för hur Cornwall förändrats, och hur människor som inte älskade Cornwall förändrades. Detta är i alla fall en del av myten kring henne, menade Annie Wilner från den lokala bokhandeln Bookend med du Maurier-specialitet. Samtidigt höll du Maurier distans. Hon lät till exempel inte alltid sina barn leka med ortsbefolkningens barn, påpekade en kvinna i publiken vid ett av de många seminarierna under festivalen. Här började jag ana att det finns många olika och ibland motsägelsefulla berättelser om författaren. Var detta ett exempel på hur författarmonument byggs? Redan här väcktes en del frågor som jag senare återkommit till och efter hand börjat se som mönster för betydligt fler litterära resor och arrangemang kring författare och deras verk.

Jag deltog under festivalerna i en mängd olika vandringar, till exempel tvåtimmarsvandringen *du Maurier's Fowey Walk: A stroll around the delight-*



Daphne du Maurier-guide varvar historier ur författarens liv med utdrag ur de litterära verken under bedövandringen.

ful town of Forwey taking in sites associated with Daphne du Maurier and her novels och fyratimmarsvandringen *The House on the Strand-Walk* som handlade en del om författaren du Maurier men framför allt om de fiktiva gestalterna i just den boken. Boken bygger på en tidsresehistoria och guiden tog tillfället i akt att pendla mellan tidsplanen och fiktionsnivåerna i sina berättelser i denna vandring. Det gjorde såväl hon som de andra guiderna visserligen i de flesta vandringarna. Vandringen *"My Cousin Rachel" Walk with cream tea* beskrevs i programmet som "Your chance to discover the Barton lands that Daphne describes so graphically in the novel, and discover the countryside just as Rachel did while out walking with Philip". I femtimmarsvandringen *"Rebecca" and du Mauriers Coastline walk* betonades möjligheterna att få uppleva några av bokens

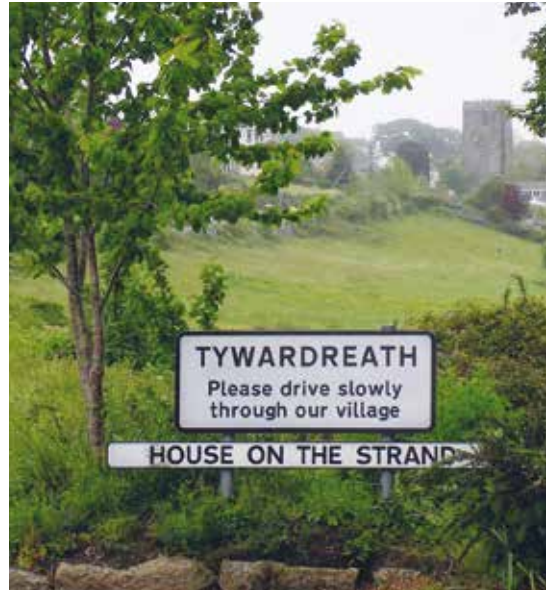
centrala scener i det dramatiska landskapet längs kusten. I vandringen ingick gemensam klassisk brittisk söndagslunch med lammstek med mintsås på en svårtillgänglig pub. Åtminstone framstod den som svårtillgänglig utifrån vår vandringssynpunkt. Denna vandring genomförde vi i hällregn, vilket gjorde att vi paradoxalt nog fördes samman. Det var en sorts hjälteprestation att genomföra den. Flera deltagare hoppade av innan vandringen ens började vilket gjorde det ytterligare tydligt vilka entusiaster vi var som faktiskt genomförde vandringen. Det var en blandad skara vandrare och jag var den enda som inte kom från Storbritannien. I sällskapet fanns till exempel några skådespelare från London som planerade att sätta upp *Rebecca* som pjäs och ville uppleva landskapet för att inspireras i sin tolkning av den litterära texten. Alla som läst boken *Rebecca*, men för all del även annan engelsk litteratur, vet hur dramatiskt det kan vara vid engelska kusten när havet stormar och regnet piskar. Vi formligen gled ner längs vissa leriga slänter och fick ta av oss våra plaskblöta vandrarkängor när vi äntligen nådde puben.

Gemensamt för vandringarna var mängden berättelser om hur påverkad du Maurier var av landskapet kring Fowey och Cornwall, liksom det i Vimmerby ofta berättas hur påverkad Astrid Lindgren var av sin uppväxtmiljö eller som Camilla Läckberg själv berättat om sin uppväxt i Fjällbacka. Samtliga vandringar i Cornwall var upplagda så att vi vandrade en bit, stannade till för att guiden skulle kunna berätta lite om författaren men ibland också om nå-

got lokalhistoriskt intressant. Ibland var det högläsning ur den bok i vars fotspår vi följde. En hel del av tiden var det vandring utan att guiden pratade och då gavs såväl möjlighet till småprat med de andra vandrarna som möjlighet att se mer av det guiden talat om, tid för eftertanke eller annan introspektion.

Naturupplevelserna var mycket centrala i dessa vandringar. Vi var mitt i det landskap som guiden både betonade att författaren inspirerats av och där berättelserna utspelades. Eftersom vandringarna var långa, oftast mer än två timmar, och ibland i mycket varierande väder, så vävdes den egna upplevelsen, erfarenheten och de olika fiktionsberättelserna, den om författaren och den från respektive bok, effektivt samman. Här kom jag att inse att tiden spelar roll för hur man förhåller sig till vandringen och dess relation till det litterära. När jag befann mig i ett landskap så länge och med regelbundenhet påmindes om författarens biografi och berättelserna, men också rent fysiskt tog del av landskapet, så började jag till slut känna att jag försattes i en annan stämning. Jag började se avgränsat och med en viss blick. På vissa sätt påminde det om det sätt som jag föreställer mig att 1700-talsmänniskan såg på landskapet som då nästan sakraliserades genom jakten på det pittoreska och den igenkännbara vyn. Orvar Löfgren har skrivit om hur en del resenärer bar med sig särskilda glas genom vilket de betraktade landskapet för att fullt ut kunna fånga dess pittoreska skönhet som skulle öppna sinnen och väcka tanken (1999). Blicken var både sökande och målmedveten och en av resans största attraktioner var att känna igen och spåra likheter mellan konsten och den beskådade naturen. Plötsligt kunde jag inte bara förstå utan också känna igen känslan. Genom berättelserna om du Maurier och hennes vandringar kunde jag ibland försättas i den stämningen och genom de skönlitterära berättelserna förflyttas till en helt annan tid och plats. Däremellan var det jag och min kropp och mötet med det cornwallska landskapet. De långa vandringarna, skiftande väder och ibland strapatsrika moment som hållregnet och vinden, som gjorde att vi inte kunde gå de delar av *Rebecca*-vandringen som låg längst ut i havsbandet, tvingade fram vissa känslor och erfarenheter.

I vissa bemärkelser kan jämförelser mellan litterära resor och andra vall-



Att orten Tywardreath har en central roll i du Mauriers roman House on the strand blir man varse redan när man kommer in i sambället.

färder göras och en del författare och litterära verk eller filmatiseringar kan nästan få en status som kan jämföras med någon sorts helighet. Pilgrimsvandringar har fått en renässans och under det senaste decenniet har många av de gamla pilgrimslederna rustats upp. Själva vandrandet har en central roll i pilgrimsvandringarna och diskuteras ofta i relation till målet. Eftersom vandrandet är viktigt är också vägen, det vill säga var man går, av betydelse.⁵ Det processuella, att resan ständigt pågår, gör att det blir mycket otydligt när en resa egentligen påbörjas och avslutas. Börjar resan redan i den första kontakten med boken? Avslutas den när man kommer hem eller pågår den fortfarande när man läser boken igen efter resan, berättar om resan eller visar bilder från den för andra eller tillsammans med reskamraterna? Det är stor skillnad mellan de olika litterära vandringar jag gjort. En guidad tur på en och en halv timme i Astrid Lindgrens spår i Vimmerby har en helt annan karaktär än den fem timmar långa vandringen i Daphne du Mauriers spår genom det cornwallska landskapet.

När vi stod vid grindarna till Menabilly, det som i boken och filmen *Rebecca* är Manderley, så sa guiden att det fina med den utsikten var att man inte riktigt kan se själva huset, vilket, menade hon, lämnade över en hel del till fantasin. Att kunna gå in i fantasin genom att få antydningar om den litterära texten och samtidigt kunna vara i landskapet poängterades. Manderley är en central plats i boken kring vilken berättelsen vävs och, liksom i filmen, inleds boken med raden "Last night I dreamed I went to Manderley again", en rad som många du Maurier-läsare kan utantill. Guiden inledde med att fråga hur många som visste hur boken inleds, vilket visade sig vara de flesta i gruppen. Påfallande många av dem jag pratade med hade en personlig relation till någon av böckerna. Jag pratade till exempel med en kvinna som ville förmedla sin ungdoms upplevelse av *My Cousin Rachel* till sin dotter genom att ta med henne på den vandringen. I samband med vandringen uppmanades vi att låta den lästa versionen visualiseras för var och en av oss medan vi insöp landskapet, mitt emellan Menabilly och den plats där författaren sedan levde. Det var böckerna och de biografiska uppgifterna som guiden hänvisade till under vandringarna. Hitchcocks tolkningar hade ingen hög status bland guiderna och nämndes bara om någon frågade. Detta återkommer i flera andra exempel vilket gör att jag längre fram kommer att diskutera olika mediers och genrens status och relation till varandra, vilket är en del av diskussionen om hybridiseringen.

Känsloupplevelser omnämns återkommande. Antropologen Arjun Appadurai menar att upplevelser är styrda genom en viss materiell ordning och han talar om upplevelseskap (*experiencescapes*) vilket betonar det processuella där vissa former och recept har utvecklats och kommer till uttryck på liknande



sätt i till exempel iscensättandet av tematiserade miljöer. Allt oftare saluförs känsloupplevelser och produkter med symboliska värden kopplade till känslor på olika sätt (jfr Strannegård 2009). Upplevelseskap är platser för avkoppling och njutning och som lockar stora mängder besökare. Men det är också platser där lokala och globala krafter sammanflätas i det som kallas globalisering. Det är platser där kulturella identiteter skapas och kommer till uttryck, men också där politiska intressen verkar. Många aktörer är inblandade: stadsplanerare, arkitekter, entreprenörer, beslutsfattare och företag.

Som under så många andra festivaler fylldes dagarna i Fowey med en blandning av olika typer av evenemang, som konserter, föredrag, utställningar, teaterföreställningar och ”öppna trädgårdar”. Många, men inte alla, aktiviteter var kopplade till Daphne du Maurier. I festivaltältet liksom i turistbyrån och det lokala antikvariatet kunde man köpa hennes böcker, nya och begagnade, men också handböcker, biografier och skildringar av det som definierades som hennes landskap. I samband med vissa evenemang förekom även signering av böcker. Det blev påtagligt för mig hur berättelserna om du Maurier själv, hennes böcker och min nyvunna erfarenhet av hennes landskap fick mig att

Daphne du Mauriers hem i Fowey, Cornwall.

vilja läsa både hennes böcker, böcker om henne och böcker om landskapet. Det var också uppenbart hur angeläget det kändes att införskaffa böckerna där och komma igång med läsandet omedelbart. Detta blev ett tydligt exempel på hur gärna man vill materialisera sin upplevelse. Inom turismnäringen finns en lång tradition av att sälja souvenirer och marknadsföra platser som genuina, som något oförvanskat, utpräglat äkta och gärna utöver det vanliga. Allt oftare uttrycks behov vid skapandet av olika evenemang att det ska vara en sinnlig komposition med stimulans för såväl kropp som själ. Det är sällan som en enda uttrycksform i sig är det enda intressanta, utan det är kringverksamheten som att kunna köpa med sig de aktuella böckerna, filmatiseringarna, vykort, t-shirtar, pennor, möjligheten att äta och dricka och att dokumentera som får stor betydelse (jfr Thompson 2007). Det är på den här kringverksamheten besökare förväntas ”slösa” pengar. Men det kan till och med vara så att delarna skapar en mer betydelsefull helhet. Föremål och platser laddas med olika betydelser i olika kombinationer vilket gör att deras betydelse snabbt kan förskjutas genom en ny kombination. Etnologen Tom O'Dell talar om det additiva draget i upplevelser och menar att det finns en rad enheter eller moduler att blanda och matcha (2002). Det finns en mängd öppna skript utifrån vilka människor kan kombinera på olika sätt och därmed forma sin upplevelse. Det handlar också om att åstadkomma en spänning mellan kontinuitet och förändring, vilket till exempel är viktigt i platsmarknadsföring. Marknadsföring av platser handlar initialt om att hitta det unika, men därefter följer ofta väletablerade mönster: shoppingmöjligheterna, tillgång till nöjesliv, restauranger och så vidare. Därför är det viktigt att se upplevelser som kulturella fenomen bestående av en rad handlingar där delarna skapar olika helheter och där nytt och gammalt blandas i nya konstellationer. Återigen en sorts hybridisering.

Ett annat engelskt exempel på en turistisk satsning utifrån skönlitterärt stoff är ”The village of Haworth”, inte långt från Leeds och Manchester, där det har byggts upp en hel bygata för att det ska se ut som om man gjort en tidsresa till 1800-talets England, den tid och plats då författaren Charlotte Brontë och hennes familj levde. De tre systrarna Brontë, Charlotte, Emily och Anne, var framgångsrika författare under mitten av 1800-talet och har lästs och lästs om av mängder av människor sedan dess. The Brontë Society håller familjen Brontës hem öppet året runt och driver en väl sorterad bokhandel. Utställningen i hemmet inleds med frågan vilka familjen Brontë var:

Explore some of the myths surrounding the Brontës. Were they really a family of geniuses writing their great novels in isolation on a windswept moor?



*Brontë-
marmelad till
försäljning i
Haworth.*

The exhibition examines how the "Brontë Myth" came about, using their own writings, personal possessions and new scientific research to assess what the family's lives were really like.

Förutom att ta del av det biografiska ges möjlighet att insupa tid, atmosfär och plats genom att vandra längs bygatan såsom den tedde sig då. I det gammaldags inredda apoteket, som enligt skylten levererade varor till familjen Brontë, kan man handla såväl Charlotte Brontë-tvål som vykort, marmelad och godis. På skylten står också vem som var farmaceut när familjen bodde där och att det härifrån levererades "opium derived drugs" till Charlotte Brontës bror Branwell, vilket ledde till en alltför tidig död. Det är således inte bara deckarturism som sysslar med det makabra. I museets bokhandel finns Brontëböckerna liksom en del andra engelska klassiker. Man kan också köpa Charlotte Brontës klassiker *Jane Eyre* i form av ett suddgummi eller ett korsstygnsset med The Brontë Parsonage Museum. Här betonas visserligen familjen Brontë men här finns också berättelserna om hur England såg ut och fungerade under deras levnad. Haworth skiljer sig från du Maurier-festivalen genom att det är en permanent satsning där lokala detaljhandlare engagerats i vad som skulle kunna kallas ett permanent rollspel. Det skiljer sig också från det sätt man i Fowey hanterat du Maurier genom att det här finns ett personmuseum med en aktiv verksamhet. Daphne du Mauriers olika hem har förvisso försetts med plakat alternativt bebos av släktingar men det har inte skett någon musealisering. När författare, eller för all del även andra personer, blir föremål för en musealiseringprocess är det ganska vanligt att betoningen ligger på att visa

förgången tid, hur det var förr, i detta fall hur det var att växa upp i det viktorianska England. Besökaren ges möjlighet att ”stanna upp” vid en viss tid i vår historia (jfr Meurling 2005). Då handlar det bland annat för besökaren om att göra en resa tillbaka i tiden, tillbaka till det förflutna, ofta utifrån berättelser som betonar hur en viss författare i sitt författarskap påverkats av miljön. Jag kommer att knyta an till detta när jag diskuterar vad som hänt i Vimmerby i Astrid Lindgrens fotspår.

PÅ RESA I AGATHA CHRISTIES FOTSPÅR

Det tredje engelska nedslaget handlar om kriminalromanernas grand old lady Agatha Christie. På resa till Cotswold i England, som inte egentligen alls hade med projektet om litterära resor att göra, bodde jag på ett litet pensionat kallat ”Mousetrap Inn” i den lilla byn Bourton-on-the-Water i Gloucestershire. Som deckarläsare gick mina associationer till Agatha Christie, som är en av världens bäst säljande deckarförfattare. Det visade sig mycket riktigt att Agatha Christie bott i trakten och framför allt hade hon besökt pensionatet Mousetrap Inn, som fått namn efter en teaterpjäs hon skrivit och som är den mest spelade uppsättningen på Londons teaterscener genom tiderna. Pensionatets traditionsenliga pub serverade Agatha Ale, ”special brewed for us by North Cotswold Brewery”. Jag blev nyfiken på vad som gjorts av Agatha Christies författarskap inom turism om man till och med tillägnat henne en speciell sorts öl. Det visade sig att även Christie har en festival tillägnad sig. I Torquay, i södra Devon i England där Agatha Christie föddes 1890 och levde under en stor del av sin livstid, finns en årlig *Agatha Christie Murder Mystery Week* som 2010 var större än någonsin, eftersom det var 120 år sedan Agatha Christie föddes. Delar av hennes första roman utspelas i dessa regioner och har inspirerat till många av hennes sammanlagt 80 romaner och noveller. I *The Official Guide to Agatha Christie in Devon* kallas regionen för hjärtat i Christieland.

Detta inspirerade mig att tillsammans med en kollega, tillika deckarläsarvän, resa till Torquay i september 2010 för att delta i festivalens många evenemang.⁶ I förväg hade vi beställt programmet och bokat in oss på några av den mängd evenemang som erbjöds under veckan. En del av dem var sådana som återkom under turistsäsong varje år, andra var unika för just denna vecka och detta jubileum.

En av de första saker vi deltog i när vi kom till kuststaden Torquay, efter en vacker bussfärd genom några mindre samhällen längs Devons sydkust, var *The Agatha Christie Mile – a guided walking tour with Blue Badge Guide Joan Nott*. I programmet stod att

Joan Nott returns by popular demand to give her entertaining guided walk on Agatha Christie's life in Torquay and the influences behind her work. Filled with amusing and interesting anecdotes about the author, this event is a must for Christie fans.

Det hela inleddes utanför festivalkontoret nära hamnen, vid en Agatha Christie-byst på torget utanför. Statyn avtäcktes av dottern Rosalind Hicks på Christies 100-årsdag 15 september 1990. Guiden försåg oss med en broschyr som innehöll en karta över Torquay och Agatha Christie's Mile med tolv stopp "that were inspirational in the life and works of the great writer".

Kartan var upplagd så att den gick att följa på egen hand om man inte som vi hade turen att få följa den initierade guiden. "Whichever you choose, take your time and try to image the scene in those halcyon days of the early 20th Century..."

Det visade sig finnas ett journalistiskt intresse för denna vandring och festival. Vi blev intervjuade av ett tyskt tv-team som ville veta varför vi deltog i festivalen och varför vi var intresserade av Agatha Christie. Detsamma undrade en journalist från *The Guardian* och en resejournalist från *New York Times* nätresebilaga.

Under denna vandring fick vi inte bara veta mer om Agatha Christie utan också om guiden. Till exempel fick vi veta att hon varit nära vän till Christies dotter Rosalind. Denna personliga koppling aktualiserades igen när vi några timmar senare avslutade vandringen inne på Grand Hotel där vi gavs tillfälle att ställa frågor. Att visa på personlig anknytning är ett effektivt sätt att ge trovärdighet åt berättelserna och en vanlig ingrediens i guidade turer. De frågor som ställdes var i stor utsträckning biografiska och handlade om familjerelationer. Ibland fick Joan Nott tänka efter, till skillnad från under vandringen då hon uppenbart hade gott om stoff till olika berättelser. Så småningom kom hon fram till trovärdiga svar, inte sällan med referens till att hon kände personerna eller hade stött på dem i olika sammanhang.

Under vandringen blev vi varse plaketter uppsatta lite varstans i staden som påminnelse om Christies närvaro. Vi såg också anslag om 120 Red Herrings lite här och där. De visade sig ingå i en festivaltävling som gick ut på att samla "herrings", det vill säga ledtrådar, utspridda på olika platser som haft betydelse för Christies liv och arbete: "Use your wit, guile, intelligence and investigative talents to solve the clues." Priset var en tvådagarsvistelse i London för att se teaterpjäsen "The Mousetrap", en resa med Orientexpressen och ett komplett Agatha Christie Interactive Games till datorn. Här blev intermedialiseringen och hybridiseringen tydlig: författarskap, teater, film, datorspel och själva täv-

lingen som en interaktiv lek. Det var också ett typiskt sätt att leka med en annan sorts intermedialisering: vi som gick vandrigen och deltog i festivalen följde olika sorters spår eller ledtrådar, biografiska såväl som litterära, samtidigt som det är just det som är centralt för genren, i synnerhet den form av pusseldeckare som bland andra Agatha Christie skrivit.

Stadens museum hyser Storbritanniens enda permanenta Agatha Christie-utställning, där hon utnämns till "Queen of Crime". Det berättades om Christies liv och författarskap men det fanns också en del personliga saker som privata foton, kläder, handskrivna originalmanuskript, olika bokutgåvor och rekvisita ur en del av de olika filmatiseringar som gjorts av hennes böcker. Museishoppen visade sig vara den stora Agatha Christie-butiken. På festivalkontoret, beläget på annat håll, fanns det enstaka böcker, cd-skivor, datorspel och vykort att köpa, men på museet kunde vi köpa allt ifrån guideböcker till Christieland, böcker om henne och olika biografier men också såväl nya som begagnade Christieböcker. På detta sätt påminde denna festival om både du Maurier-festivalen och Brontëmuseet. Här fanns också muggar med boktitlar, vykort, bokmärken, affischer med mera förutom en initierad försäljare som gärna berättade om det mesta vi ville veta mer om.

På museet arrangerades det under festivalen en *Mystery Evening* med *Film and Radio Play Screening* med Christiespecialisten John Curran som introducerade en Christiefilm som han valt ut samt en radioinspelning med Orson Welles baserad på en Christieroman. Det var en mycket speciell stämning att se denna fyrtiotalsfilmatisering, för att inte tala om att höra en radiosändning, också från fyrtioalet, med Welles välbekanta röst. Sammanhanget, med fullsatt salong och högtidligheten där alla gick in för att bejaka vad som hände, gav oss möjlighet att åka på en tidsresa. I pausen gavs tillfälle att återigen besöka Christieutställningen, men också till samtal, att köpa något att äta och dricka eller besöka museishoppen där John Curran signerade sin senaste bok. Hela tiden var det en mix av evenemang och möjlighet att tillfredsställa flera sinnen.

Andra dagen inledde vi med att på egen hand leta upp adressen till den plats där Christies barndomshem, Ashfield, låg. Platsen fanns inte utmärkt på kartan och då det är ovanligt att just barndomshem inte är utmärkta på litterära kartor gjorde detta oss nyfikna. När vi kom fram förstod vi varför. Huset fanns inte längre utan var ersatt av moderna hyreslängor. Det fanns dock en sten där det stod att Agatha Christies födelsehem legat just där. I den officiella Christieguiden står det att hon själv försökt köpa tillbaka barndomshemmet utan att lyckas.

Vårt nästa stopp, fortfarande på egen hand men markerat på den officiella Agatha Christie-kartan, var Torre Abbey, ett kloster från sent 1100-tal. Det är



numera ett konstmuseum och hösten 2009 invigdes en trädgård kallad *Agatha Christie's Potent Plants Garden*, med en hel plantering med giftiga växter som omnämndes i eller kunde härledas till Christies romaner. Det var en vackert disponerad plantering där varje planta hade en skylt med latinskt namn. I mitten fanns en illustrativ karta där det beskrevs var i rabatterna plantorna var placerade och i vilka böcker de användes. Det fanns också frågor till en tävling, "Can you solve the mystery?", där man skulle gissa vilken planta som nämndes i vilken bok. Det var frågor som: "Which of Agatha Christie's short stories are represented by these plants?" Tre plantor namngavs som alternativ och det gavs ett par ledtrådar. Här lyckades de göra planteringen både bildande, i flera bemärkelser, och lekfull.

Vi hade i förväg anmält oss till *Murder Mystery Dining Train*. När vi väl nådde Paington strax utanför Torquay där evenemanget skulle försiggå, blöta efter en regnig och blåsig vandring, möttes vi på ångloksstationen av en väl utrustad souvenirbutik och framför allt människor utklädda i tjugotalskläder. Det enda vi visste om programmet var det vi läst oss till, att The Candlelight Theatre Company var värdar för kvällen, att vi skulle mötas på plattformen med mousserande vin och på tåget serveras en tre-rättersmiddag komponerad av en namngiven restaurang i Torquay: "Let time pass you by as you prepare

En av frågorna i Agatha Christie's Potent Plants Garden samt fördrink i väntan på ombordstigning på Murder Mystery Dining Train.

to savour a new exciting gastronomic experience, but be on your guard at all times ... If a murder takes place, will you solve the mystery?"⁷ Skådespelarna minglade runt redan på stationen och gav oss ledtrådar genom att genast dra in oss i en berättelse om hur den lokala golfklubben tvingats i konkurs. Ganska snart förstod vi att det fanns olika tolkningar av varför konkursen var nödvändig men också andra inbördes motsättningar. Det var upp till var och en av oss att fråga efter fler ledtrådar för att försöka skapa en bild av händelseförloppet. Ganska snart förstod vi hur aktörerna var relaterade till varandra. Spelet fortsatte sedan på tåget där vi placerades vid dukade bord med välstrukna vita dukar. Det tog oss en stund att förstå att det var vi själva som genom konversation bestämde hur mycket vi ville delta i spelet. Skådespelarna cirkulerade, konverserade, svarade på frågor och interagerade med varandra. Mellan rätterna mördades mycket riktigt en av personerna i teatersällskapet. Nu var det dags att börja spekulera kring vad som hänt ... Den skyldige avslöjades slutligen, vi fick chansen att diskutera upplösningen och den döda visade sig vara levande. Vi hade ätit upp, ångloket hade återigen nått stationen och evenemanget var över. Vad var det för sorts lek eller spel vi deltagit i? Det som kunde kopplas till Agatha Christie var tidsperioden det hela skulle utspelas i, brottet på tåget som är en central händelse i ett par av hennes mycket populära böcker som filmatiserats samt pusslandet för att få ihop historien. Alla deltagare kom i större eller mindre sällskap. I något fall var det delar av en arbetsplats som gjorde detta tillsammans och gick in för det hela genom att liksom skådespelarna vara klädda i tidsenliga kläder. Andra var säkert som vi, lite mer nyfiket avvaktande och nöjda med att ha fått åka riktigt ånglok och att ha avnjutit en god middag i ett annorlunda sammanhang. Ett gott event, helt enkelt.

Slutligen deltog vi i en heldagsutflykt till Agatha Christies semesterhem Greenway (1938–1978). Barnbarnet Mathew Prichard, som deltog i festivalen vid ett flertal tillfällen, donerade huset till National Trust som 2009 öppnade det för allmänheten efter en omfattande renovering. Såväl huset som trädgården lär ha varit utgångspunkten för flera av Christies romaner. Biljetterna till veteranbussturer var slut men vi lyckades få biljetter till The Greenway Ferry, en otroligt vacker och underhållande tretimmars båttur i vardera riktningen längs kusten. När vi köpte biljetterna, som såldes vid Princess Pier där Agatha Christie enligt flera olika källor brukade åka rullskridskor, möttes vi av en distanserad men road försäljare som insett möjligheterna att göra affärer på människors intresse av att följa kända personer i spåren. När han insåg att vi var roade diktade han upp diverse Christiehändelser som skulle ha kunnat ske i den omedelbara närheten. Det är lätt att fantisera, och kanske till och

med ironisera, kring en del av de saker som nämns i de många olika texter som finns om festivalen men också om Christie. Hon inte bara åkte rullskridskor på Princess Pier utan brukade simma vid Imperial Hotel och Beacon Cove – där hon *nästan* drunknade en gång. Så står det till exempel i flera olika broschyrer och texter. Båda platserna nämndes eftersom de figurerade i två av hennes böcker. Det nämndes däremot sällan uttryckligen hur länge hon bodde i Torquay, utan bara att ”many of the locations she frequented during her childhood, youth and later life provided the setting for no less than 15 of her novels”.

Greenway visade sig vara ett klassiskt och modernt personmuseum, ett stort hus med guider att fråga i varje rum. När vi väl förstod att man fick gå runt i huset utan guide och också fick dra ut lådor och öppna skåp, där det fanns ytterligare information och illustrationer av olika slag, gav vi oss hän. Det visade sig vara ett generöst och öppet författarhem med en storslagen trädgård som också marknadsfördes som just trädgård, det vill säga som en attraktion i sig. I annexen fanns såväl restaurang som kafé och välutrustad butik med många böcker men också andra Agatha Christie-prylar än dem vi sett tidigare, till exempel choklad, mintpastillaskar, muggar och solstolar med mönster från Christieomslag. I försäljningen i Christies spår har flera av de tidsenliga bokomslagen varit tacksamma att använda. Flera av böckerna har tryckts i många upplagor, vissa av dem mer arbetade än andra, och framstår i vissa fall numera nästan som konstverk.

I butiken hade det möblerats med ett skrivbord med obligatorisk författarrekvisita som Remingtonskrivmaskin, men också en tv där bland andra författaren Ruth Rendell berättade hur hon inspirerats av ”The Queen of Crime”. Smakfullt illustrerade paket bestående av de tre Christieböcker som utspelas på Greenway liksom plantor från trädgården såldes också. Det var alltså möjligt att ta med sig Christie hem på flera olika sätt. Paketeringarna var tilltalande och det krävdes ett visst mått av behärskning för att inte köpa alltför mycket. Besöket på Greenway gav oss goda möjligheter att få oss en massa Christiekunskap till livs, vad gällde både liv och verk.

Vi såg spår efter Christie överallt under dagarna i Torquay. Vi fann ett speciellt kakrecept som lanserades särskilt för 120-årsdagen: ”Delicious Death cake recipe”. Kakan fanns det möjlighet att smaka för den som bokat *Agatha Christie Afternoon Tea* at Brown’s Hotel, platsen som lär ha varit inspirationen till boken *Bertram’s Hotel*.

I antikvariaten inne i Torquay fanns hennes böcker, och vi hittade anslag om skrivarkurser:

Discover how Agatha Christie's life influenced and illuminated her work and trace her path to success to find the key to improving your own writing.

Look at ways to use "real life" as a basis for fiction writing; how to keep notebooks of ideas and weave them into good detective stories, how to find characters and plots all around us.

När jag kom hem ägde jag betydligt fler Christieböcker än när jag for. En av dem, *Agatha Christie at Home*, är inte skriven av Christie själv utan av journalisten och reseskribenten Hilary Macaskill (2009). Boken var signerad av författaren. Såväl tidigare nämnde John Curran som Agatha Christies barnbarn Mathew Prichard signerade sina böcker vid flera tillfällen under festivalen.

Vad var det egentligen vi varit med om under dessa intensiva septemberdygn vid den engelska kusten? Det var ur många synvinklar uppenbart att vi var turister, men vad för sorts turister? Var det i Christies fotspår vi följde? Eller var det böckernas? De olika filmatiseringarnas? Teaterpjäsernas? Radiotolkningarnas? Receptens? Ölens? Datorspelens? Plantornas? Vi gick onekligen i och ur olika mediala tolkningar mest hela tiden. I vissa fall gick vi in i ett evenemang med tydligt uppgjort schema, delvis förtolkat; i andra var det

Klassiska Christie-bokomslag pryder solstolar som fanns till försäljning i butiken vid Christies sommarhem Greenway.



betydligt mer upp till oss själva vad vi såg och upplevde. Spelade det någon roll? Inte för mig som besökare. Möjligen när jag som forskare ska kategorisera. Av det skälet har jag valt att definiera litterär turism som något som utgår från en skönlitterär text men som sedan kan utvecklas till en mängd olika mediala tolkningar och verksamheter.

Festivalen är ett av flera sätt att följa Agatha Christie i spåren. Det finns en officiell hemsida som utarbetats mer och mer. Under 2011 har sidan till exempel utökats med en sökfunktion där man kan skriva in vilken av Christies detektiver och vilken bok man vill följa och sedan få upp en karta över aktuella platser.⁸ Vid varje utmärkt plats kan man klicka sig vidare för att få veta i vilket kapitel i boken som platsen omnämns. *The official Christie community and home* kan också tidstypiskt följas via Facebook och Twitter.

Christiefestivalen innehöll flera ingredienser som känns igen från de två tidigare engelska exemplen men också en hel del andra. Dessa olika komponenter kan vi ha i bakhuvudet när vi så småningom kommer in på de svenska delstudierna. Dessförinnan vill jag säga lite mer om just deckarturism genom ytterligare ett par exempel och om litterära resor i allmänhet och svenska i synnerhet.

LUSTEN ATT FÖLJA I FOTSPÅR

Ett klassiskt internationellt exempel på hur en författares hem och födelseplats länge varit en turistattraktion är William Shakespeares födelsestad Stratford-upon-Avon i England, där födelsehemmet är museum och dit människor vallfärdat sedan decennier. Dit har dessutom åtskilliga kommunrepresentanter åkt för att låta sig inspireras i arbetet med att låta den egna bygdens barnfödda författare utgöra turistattraktion.

Den 16 juni varje år samlas James Joyce-beundrare på stranden Sandycove söder om Dublin på Irland där den första scenen i det litterära verket *Ulysses* utspelas. I London finns Baker Street utmärkt eftersom det var detektiven Sherlock Holmes, sir Arthur Conan Doyles fiktive gestalt, adress och på den gatan finns numera ett Sherlock Holmes-museum. Den amerikanske författaren Dan Brown och framför allt hans bästsäljande roman *Da Vinci-koden* om professor Robert Langdons mordutredning i Paris har fört mängder av besökare bland annat till Rosslyn Chapel utanför Edinburgh (Månsson 2010).⁹ Borgen Alnwick Castle i England där delar av Harry Potter-filmerna spelades in är ett exempel som lockar många besökare till just filminspelingsplatsen. Potterfilmerna har flera andra filminspelingsplatser runt om i världen och ger på så sätt många olika regioner möjlighet att exploatera kopplingen till de

litterära verken. Det blir i flera av dessa resor uppenbart att det inte är så lätt att skilja på litteratur- och filmturister. Till Nya Zeeland, där Peter Jackson spelade in filmerna byggda på J.R.R. Tolkiens *Sagan om ringen*-trilogi, åker människor för att bo i det fiktiva folket hobbitarnas hyddor och gå på tur i det fiktiva landet Mordor i sällskap med inhyrda odjur, så kallade orcher (Thompson 2007, Tzanelli 2004).

Filmen *Avatar* är ett av flera exempel på en mycket målmedveten satsning och ingår som en del av ett regionalt tillväxtprogram på Nya Zeeland. I England öppnade världens första Dickens World 2007 och i Orlando, Florida, öppnade sommaren 2010 en Harry Potter Theme Park. Så kallade *movie locations* är ett stort och internationellt växande fält. Storfilmerna *Elizabeth* (1998) ledde till att det producerades en karta över filminspelningsplatser som möjliggjorde resa på egen hand (Higson 2003). *Sound of music*-turer finns sedan länge i Salzburg och frågan om att öppna och göra hotell av von Trapp-familjens villa med återställd originalinredning vållade bråk (SvD 25/5 2008).

Vad säger dessa satsningar om vår tid? Att vandra genom att följa litterära spår, i form av guidade turer eller på egen hand, har alltså blivit populärt. Turer, med guide eller på egen hand, i spåren av olika mediala berättelser frikopplas gärna från sin första inspirationskälla och leder till en sorts upplevelseresor där människor snarare än att betrakta själva deltar i ett regelrätt rollspel. Att gå har blivit sättet att "känna", att erfara såväl platsen som sig själv i sina olika roller, vilket är tydligt både i litterärt resande och i andra sorters resande där vandrandet görs centralt. För att de platser som besöks i litterära resor ska fiktionaliseras krävs ett visst mått av fantiserande – att kunna "se" platsen utifrån lästa eller visuella erfarenheter. Upplevelser kan fungera på flera plan samtidigt och verka både subjektivt och kollektivt. Det är intressant att de kan vara våra egna, personliga och subjektiva, samtidigt som de är mönsterbundna processer, det vill säga något många upplever. Det kommer att vara en central del i resonemangen kring vad människor gör när de reser på detta sätt. Det är ofta en spänning mellan flyktiga förnimmelser och den materiella världen och man går i och ur associationer till olika minnen och rent faktiska upplevelser av det man ser här och nu i samband med sin resa.

Att få se, känna och uppleva miljöer som beskrivs i ens favoritböcker eller -filmer är naturligtvis en fascinerande och många gånger stark upplevelse: att verkligen få vara där och erfara allt "på riktigt". Det är uppenbart att människor under långa tider fascinerats av platser som associeras med författare: att besöka födelseplatsen, betrakta och vistas i omgivningarna där författaren växte upp och/eller verkade, gå runt i författarlyan, se och känna på skrivbordet och skrivmaskinen, att med egna ögon få se och genom sin kropp få känna

vilken miljö och plats som inspirerade författaren till skrivandet, att få visa sin vördnad genom att till exempel besöka gravplatsen eller bese något annat offentligt monument (Herbert 2001, Robinson 2003). Materiella objekt är mer än livlösa ting. De är symboliskt laddade och kan därmed i allra högsta grad sägas vara kommunikativa.

LITTERÄRA VANDRINGAR I SVERIGE

Resandet såväl som de guidade turerna och vandringar i författares och fiktiva gestalters fotspår har en lång tradition och är något som den svenska turismbranschen insett betydelsen av. Det biografiska sättet att läsa litteratur är mycket populärt och gångbart, i motsats till den traditionella litteraturforskningen där biografien underordnats texten. Kanske är detta en reaktion mot det vetenskapliga sättet att förhålla sig? Marknadsföring kopplad till författare, litterära verk och filmer är som jag visat ingen ny företeelse men har uppenbart accentuerats. För inte så länge sedan, 2004, firades Johan Ludvig Runeberg i Finland, 2005 var det H.C. Andersen i Danmark och 2006 Henrik Ibsen i Norge. Liksom för Linnéåret i Sverige 2007 har förevändningen varit jubileer. Lanseringar av författare och kanske framför allt av de platser som förknippas med författare bygger på att besökare kan se, eller vägleds till att se, en koppling mellan författarens liv, hans eller hennes verk och en plats (Santesson 2004).

Att öppna dörrarna till författarhus och att vårda den lokala författaren är något förhållandevis många bortom turismindustrin ägnar sig åt i Sverige, inte minst de många litterära sällskap som finns. En del besökare kommer för att de är intresserade av litteraturen eller kanske till och med själva huset och blir intresserade av författaren och tvärtom. Skälen till engagemang i upprätthållande av till exempel författarhus är många och olika. Ordföranden i Elin Wägner-sällskapet är en av de entusiaster som varit med och öppnat Wagners hem och är själv författare till böcker om olika författarhus. Berättelsen om Elin Wagners miljöengagemang var glödande när hemmet i Berga, utanför Växjö, visades. "Det känns igen från dagens situation, eller hur?" Man kunde nästan ana det identifikatoriska. Ordföranden var engagerad och föreföll ha en stark övertygelse, vilket inte är ovanligt för att kunna driva verksamhet i denna lilla skala. Att hålla i gång en verksamhet som denna bygger på idealitet och inte sällan lokal förankring. I denna stiftelse hade det förts en kontinuerlig diskussion om "hur man återskapar" när författarhuset byggdes upp. De valde i Wagners fall till exempel äkta tjugotalstapeter för att de skulle vara så lika originalet som möjligt. Vid visningen poängterades till exempel att serveringsgången var i original. På så sätt kan skapande men också nyskapande



*Entréskylt vid
Ellen Keys hem
Strand vid Vät-
terns östra strand.*

och omskapande av "Författaren" sägas vara något som ständigt pågår. Vad skulle väljas och vad skulle inte väljas när det fanns så många alternativ, är några av flera frågor som behövde ställas gång på gång och som känns igen från uppbyggandet av andra personmuseer. Att skapa och värda minnet av sig själv – det är en inte helt ovanlig utgångspunkt för museer, vilket illustreras av till exempel Astrid Lindgrens medvetna återskapande av barndoms-hemmet.

Liknande tankar kring förvaltande och originalens betydelse mötte jag vid besök i Ellen Keys hem Strand, vid Vätterns östra strand. Där pågick guidningar under en stor del av sommaren men varje guidning rymde endast ett begränsat antal personer, varför väntan kunde bli lång. Det gav en känsla av

exklusivitet och kanske till och med utvaldhet. Genom att vara i en mindre grupp gavs besökaren chans att se alla delar av hemmet men också möjlighet att styra guidens berättelser med frågor. Guiden berättade att målsättningen varit att behålla hemmet såsom det var på Ellen Keys tid och exemplifierade med försöken att hitta färger som var så lika originalet som möjligt. Hon talade om Key som föregångare vad gällde inredningsideal och då framstod val som till exempel färgnyanser som extra viktiga. Här benämndes Key genomgående med både för- och efternamn, till skillnad från guider i många andra författarhem (jfr Meurling 2006). Hur kan det tolkas?

Guiden på Strand inledde med att berätta att hon också är forskare och att delar av Keys hem uppläts till stipendiater en del av året. Här framstod en skillnad mellan olika sorters författarhemsguider: det är de initierade och därmed professionella men inte sällan ideellt arbetande, och de guider som är sommaranställda ungdomar som då snarare blir amatörerna. De säsongsanställda kan ofta guida om det mesta men har inte den djupa kännedom som många av de etablerade författarhemsguiderna har. Flera betydelsebärande begrepp aktualiseras i diskussionen om författarhem och litterära resor. Professionalism och amatörism, engagemang och idealitet, förmedling och förvaltande,

bevarande och kommersialisering är några begrepp som jag återkommer till.

I Värmland finns Selma Lagerlöfs Mårbacka, och i hanteringen av arvet efter Lagerlöf finns paralleller till förvaltandet av arvet efter Astrid Lindgren. Selma Lagerlöf fyllde 150 år 2007 och i Lagerlöfland putsades och fejades det för fullt inför jubileet. I Vimmerby planerades det under 2007 livligt inför Astrid Lindgrens 100-årsdag den 14 november 2007. Lagerlöf kan sägas vara en nationalikon med sitt porträtt på 20-kronorssedlarna, men naturligtvis är hon också en ambassadör för Värmland, på samma sätt som Lindgren enligt många är det för Småland. Såväl människor inom kultursektorn och politiken som olika näringslivsrepresentanter vill använda bygdens författare som varumärke.

Det finns många utflyktsmöjligheter för den litterärt intresserade turisten i Sverige. I Skåne kan man besöka Fritiof Nilsson Piraten-museet i Vollsjö men också vandra i Bombi Bitts fotspår efter en Piratenkarta eller besöka Hasse & Tage-museet i Tomelilla. Evert Taube, med eget museum på Gröna Lund i Stockholm och på Liseberg i Göteborg, kan följas i spåren längs Stockholms gator. Vandringen ingår i serien "Det litterära Stockholm". I Stockholm görs även båtutflykter i Strindbergs spår och möjlighet ges att besöka Ivar Lo-Johanssons skrivarstuga på Bastugatan 21. I Furusund i Norrtälje görs det under sommartid båtutflykter i skärgården, där Astrid Lindgren hade sitt sommarställe, och i vars närhet *Saltkråkan* spelades in.

I Filipstad kan man sitta bredvid statyn av Nils Ferlin på en bänk mitt i stan. Biblioteket i Växjö har gedigna sammanställningar för den som till exempel vill följa småländska författare i fotspåren. I Eksjö arrangeras utflykter och vandringar kring Albert Engström som person och hans verk. "I vandringen berättar vi om Albert, hans verk och liv. Vi följer även med bussar runt i kommunen och berättar om Albert och visar olika miljöer ur hans liv och produktion", skriver en av de turistbyråanställda som svar på förfrågan. I flera fall är det bussbolagen som känner till vandringarna och kontaktar turistbyråerna. Är man intresserad av Pär Lagerkvist finns den 40-sidiga broschyren "Pär Lagerkvistturen. En resa i författarens och nobelpristagarens småländska hembygd" med medföljande karta.

Vilhelm Mobergs författarskap och liv har lockat besökare till ett alltmer avfolkat Småland under relativt lång tid (jfr Aronsson 2004). Temaresor i Mobergs fotspår finns det flera stycken av, där man pratar om både författare och litteratur. I Västerbotten har getts ut en broschyr som heter "Berättarnas län. En guide till litteraturen". I Sundsvall är Lars Ahlin född och det finns en litterär promenad i hans fotspår, bestående av 14 platser i centrala staden där emaljplattor med texter ur hans böcker placerats ut.

Liknande broschyrer, kartor och utflykter har arrangerats och lockat en-

skilda läsare eller hela sällskap att resa under lång tid. Allt fler medieringsformer, inte minst de olika filmatiseringarna, har lett till expanderande turism i spåren av litteratur.

Här har getts en mängd exempel och då är det ändå bara ett axplock: Sverige har en lång tradition vad gäller att uppmärksamma sina författare och deras platser. Litterära sällskap har funnits alltsedan Bellmansällskapet startades 1899 och i dag finns omkring 150 sällskap med mellan 10 och 4000 medlemmar som förvaltar 56 litterära museer, enligt De Litterära Sällskapens Samarbetsnämnd, DELS (<http://www.dels.nu>). Etnologen Stefan Bohman har gjort en inventering av svenska personmuseer och konstaterat att författare och konstnärer dominerar. Han menar att tendensen att det är kulturellt skapande människor som representerar Sveriges musealiserade ansikten är tydlig (Bohman 2010). Så fungerar det inte i andra delar av världen. Hur kan man förklara att det just i Sverige har museistatus att vara konstnärligt utövande? Bohman menar att det finns en självbild som säger att Sverige är ett litterärt land där konstnärligt skapande lyfts fram, att det finns stora författare, vilket antalet nobelpris i litteratur talar för, samt det faktum att just nobelpriset får mycket uppmärksamhet. Han konstaterar vidare att de flesta personmuseer i Sverige iordninggjorts och öppnats under de senaste 50 åren. En annan tendens är att populärkultur fått högre status med åren. Ofta är det lokala initiativ, stödda av kommun och län, som ligger bakom museerna.

SVENSK DECKARKULTUR – EN LÅNG TRADITION

Ett svenskt exempel i deckargenren som funnits länge men som fått uppsving under det senaste decenniet är Maria Lang. Lang, pseudonym för Dagmar Lange, var en författare som under lång tid kallades för Sveriges deckardrottning och som skrev populära pusseldeckare (se Kärrholm 2005). Hennes böcker utspelas i Skoga i Bergslagen som är kalkerat på Nora. I Nora finns det numera mordvandringar i Maria Langs fotspår:

Maria Langs romaner är rena rama guideböckerna och har gett upphov till stadsvandringar i hennes fotspår. Mordplatserna finns kvar och för noraborna är det status att ha haft ett Maria Lang-lik i garderoben! (Ur turistbroschyr)

Jag har gått ett par Langvandringar med några års mellanrum. Första gången kom guiden från Nora kommunbibliotek, som tillsammans med Nora turistbyrå hade tryckt upp en broschyr med karta och presentation av författaren. Broschyren innehöll 16 punkter placerade på kartan med koppling till böck-

erna, en presentation av huvudrollsinnehavarna samt en bibliografi. Vi får veta att Maria Lang var en av landets mest lästa men också kritiserade deckarförfattare. Hennes första bok, *En mördare ljuger inte ensam*, kom ut 1949:

Den innehåller många av de ingredienser som återkommer i hennes tidiga deckare: svensk naturromantik, mordmotiv med sexuella övertoner och en kompetent pusselintrig. Hon skapade en speciell stil och ett persongalleri som blev mycket populärt. "Årets Lang" brukade vara en försäljningssuccé.

Boken följdes av ytterligare 41 deckare, några ungdomsböcker, en novellsamling och en biografi. Flera av böckerna översattes. Olika delar av broschyren och sättet att presentera både böckerna, de fiktiva personerna, platserna och författaren kommer att kännas igen i de delstudier jag snart ska diskutera:

Det är i den lilla staden Skoga som de flesta mordnen begås. Om det är svårt att hitta Skoga på kartan beror det på att Skoga är ett täcknamn för den lilla idylliska småstaden Nora djupt inne i bergslagsskogarna. Här växte Dagmar Lange upp och hit långtade hon alltid. Hon flyttade tillbaka 1979 och bodde här fram till sin död 1991.

Hennes Skoga-böcker innehåller detaljerade beskrivningar av gator, kvarter och även autentiska personer i den lilla staden.

Andra gången jag gick en mordvandring i Nora, sommaren 2010, kom guiden från Örebro läns museum och hon hade liksom den första guiden en liten korg full av Langböcker med tidstypiska bokomslag, vattenflaska och paraply. Det stod "Guide" med versaler på ryggen på hennes röda pikétröja. Vi blev bara fyra. Guiden sa att det var ovanligt så här års, i synnerhet en lördag. Under den tidigare delen av säsongen hade de haft ganska många busslastar med besökare som förbokat en vandring. Precis som förra gången varvade guiden vandring, egen berättelse och högläsning ur olika böcker. Vi fick veta att mycket i böckerna rör sig i det verkliga Nora, även om gatunamn och en del annat är utbytta och heller inte desamma alla böcker igenom. Ju senare böcker, ju mer Noraiana. Det var platser ur böckerna som kan kopplas till verkliga platser i Nora som var rundvandringens utgångspunkt. På varje plats visades en särskild bok och ur den läste guiden ett kort avsnitt som så att säga placerade oss. Detta varvades med att guiden berättade något om den verkliga platsen men också om Dagmar Lange. Lange gjorde aldrig något för att hemlighålla att hon också var Maria Lang, får vi veta, liksom att en av huvudpersonerna, Almi Graan, var hennes eget alter ego, ett anagram för Maria Lang. Guiden



Maria Lang-vandring i Nora, med guide från Örebro läns museum.

berättade också att hon själv intervjuats av tidningen *Land* som haft ett stort bildrikt reportage om vandringarna. Det är påtagligt att det varit medial uppmärksamhet kring litterära vandringar och att journalister skrivit en del om litterära evenemang de senaste åren. Guiderna, men ibland också besökare, är dem som då får representera platsen.

I Nora kan man dessutom, eller har åtminstone kunnat, göra en nattlig mordvandring där skådespelare dramatiserar delar av böckerna blandat med egna tolkningar av hur Maria Lang hade kunnat tänkas skriva i dag. Det är vandringar som ofta så småningom frikopplas från sin första inspirationskälla och leder till en sorts upplevelsesesor där människor snarare än att betrakta deltar i ett regelrätt rollspel.

Att få leka deckare själv är en genre som utvecklats via till exempel deckarhelger eller deckarkryssningar där man ingår i en sorts rollspel för att lösa en mordgåta, som den *Murder Mystery Dining Train*-tur som beskrevs tidigare. Sådana har det blivit fler av i Sverige och kommunerna tävlar nästan om att ha de mest lästa deckarförfattarna. Stadsmuseet i Stockholm arrangerar till exempel sedan 2008 stadsvandringar kring Stureplan med utgångspunkt i Jens Lapidus böcker *Snabba cash* och *Aldrig fucka upp*, spänningsromaner som utspelas i Stockholms undre värld.

Det ges nu ut mer svensk kriminallitteratur än någonsin tidigare och det säljs fler pocketböcker än på länge, vilket även turismindustrin insett. De mest omtalade och uppmärksammade vandringarna i deckargenren hittills är Millenniumvandringarna, också de arrangerade av Stockholms stadsmuseum, som baserar sig på Millenniumtrilogin, Stieg Larssons böcker om datorexperterna Lisbeth Salander och journalisten Mikael Blomkvist. I många av dessa vandringar finns det kartor av olika slag. Jag kommer att diskutera Millenniumvandringarna och i synnerhet kartornas roll längre fram.

Detta nyvaknade intresse hos både författare och läsare för en genre som länge betraktats som trivial har förklarats på olika sätt. Det är vanligt i den skandinaviska kriminallitteraturen i dag att diskutera samtidens sociala och samhälleliga problem, tidvis i experimentell form (Persson 2002). En del forskare ser det som en del av förklaringen till den stora läsekreten: det finns ett behov

av litteratur som synliggör det globala, senmoderna samhällets komplexitet och ogenomskinliga maktstrukturer (E. Hedling 2006, Tapper 2006). Naturligtvis kan det alltid diskuteras vad som är samhällskritik och vad som snarare handlar om en sorts samtidsdokumentation, det som ofta brukar kallas miljöskildring.

Som alltid finns det en förhistoria. Det är under 1900-talet som den svenska deckaren utvecklas, inspirerad av såväl den brittiska pusseldeckaren som den amerikanska hårdkokta genren.¹⁰ Den första generationen svenska deckarförfattare, fram till 1930-talet, använde en hel del drag från de populära äventyrsromanerna, hade tydliga pusseldeckarinslag och var starkt inspirerade av Sherlock Holmes (Kärholm 2005).

Guldåldern brukar kopplas till den period i mitten av 1900-talet när bland andra Stieg Trenter, Maria Lang, H.-K. Rönblom och Vic Suneson var som mest produktiva. Trenter var en av de deckarförfattare som tidigt lade stor vikt vid miljöbeskrivningarna och är vida känd som Stockholmsskildrare. En annan guldålder, eller ett paradigmskifte, kan sägas komma under den mer politiserade version av genren som utgjordes av Maj Sjöwalls och Per Wahlöös samhällskritiska polisromaner med samlingsnamnet *Roman om ett brott*, som utkom under 1960- och 70-talet. De nådde ut till en bred läsekrets och vidgade deckarpubliken i sin ambition att använda genren för att integrera ett samhällskritiskt perspektiv.¹¹ De har kommit att bilda skola och många har försökt efterlikna deras skrivstil. Några svenska författare som skrivit polisromaner i deras efterföljd är Leif G.W. Persson, K. Arne Blom, Olof Svedelid, Hans Holmér, Håkan Nesser, Henning Mankell och Åke Edwardsson. Under 2000-talet har dock mansdominansen brutits och flera kvinnliga författare som Åsa Nilsson och Helene Tursten skriver polisromaner. Att den politiska dimensionen kommit att bli tydlig innebär dock inte att det inte också skrivs deckare inom pusseldeckartraditionen, deckare som mer betonar den psykologiska aspekten eller rena thriller.

Deckartidskriften *Jury* utlyste 1997 ett pris till årets bästa svenska kvinnliga deckarförfattare som en reaktion på att deckarförsäljningen under 1990-talet alltmer kommit att präglas av översättningar av brittiska och norska kvinnliga författare. Vart tog de svenska kvinnliga deckarförfattarna vägen, undrade man. Dessutom anordnades tillsammans med Ordfront förlag en skrivarkurs för kvinnliga deckarförfattare. Liza Marklund fick det första Polonipriset (namngett efter den svenska deckarförfattaren Helena Poloni/Ingegerd Stadener) och sedan dess har det kommit mängder av svenska deckare författade av kvinnor.¹² Många av dem har fått stor draghjälp av olika medier och Camilla Läckberg är en av dem som, förutom Liza Marklund, fått epitetet deckardrottning och ingår i olika författarsammanslutningar, exempelvis Blodgruppen,

där ett antal kvinnliga deckarförfattare samlades i ett nätverk för att stödja varandra. Andra är Inger Frimansson, Anna Jansson, Mari Jungstedt, Johanne Hildebrandt, Åsa Larsson och Karin Wahlberg.

Det finns i dag en annan stor förändring av genren och med storsäljaren Stieg Larssons Millenniumtrilogi brukar man säga att genren tagit en helt ny form. Huvudpersonen Lisbeth Salander är en ny typ av deckarhjärte och Larsson har kombinerat den samhällskritiska traditionen med en sorts lek med genren, med inslag av både pusseldeckarmoment och thriller.

Stieg Larsson, Henning Mankell och Camilla Läckberg är alltså några författare som har gjort att den svenska deckaren fått ett rejält internationellt genombrott. Numera översätts deras böcker till en mängd olika språk och många andra deckarförfattare har följt med i denna våg. På många håll i Europa har skandinavisk kriminallitteratur lanserats kraftfullt under senare år. Sommaren och hösten 2010 kunde man inte besöka en europeisk bokhandel utan att mötas av foldrar, affischer eller förlagsbroschyrer med i synnerhet Mankells, Larssons och Läckbergs namn.

Det förefaller i dag finnas en konsensus kring genrens uttalade samhällskritik, vilket troligen beror på att den länge betraktats som en realistisk genre, men också för att samtidsskildringarna ofta har stor betydelse och därmed kan ses som en spegling av vår tids värderingar (jfr Bergman & Kärrholm 2011). Det är tydligt att det är en underhållningsgenre och många läsare uttrycker just behovet av och längtan efter den eskapistiska funktion som många samtida deckare har. Kerstin Bergman menar dock att många nutida svenska deckare, polisromaner och thriller snarare är samhällsbevarande än samhällskritiska genom att de inte sällan relativt okritiskt befäster rådande samhälleliga auktoritetens ställning. Gemensamt för många av de deckare som nu produceras i till exempel Larssons, Mankells och Läckbergs efterföljd är att de utspelas i landsorten, att de snarare blivit mindre än mer samhällskritiska och att de kanske till och med befäster medelklassens värderingar, även om det också finns undantag. Familjesfären, liksom det privata, har fått ett betydligt större utrymme. Det är heller inte ovanligt att huvudpersonen är en kombination av amatördetektiv och professionell yrkesman liksom en gång hos till exempel Stieg Trenter och Maria Lang.

De exempel jag lägger tyngdpunkt på i denna bok, Henning Mankells och Camilla Läckbergs framgångar, representerar olika genrer inom kriminallitteraturen. Hos dem båda finns målade beskrivningar av landsbygden och det handlar en hel del om relationer mellan människor men också om platsens betydelse. Där man hos Mankell ofta kan känna det klaustrofobiska i ett Skåne och Sverige som inte längre hålls utanför den globaliserade kriminaliteten fin-

ner man snarare att Läckberg står för en sorts landsbygdsromantik. Omvärlden är helt enkelt inte lika närvarande i Läckbergs böcker som rör sig i ett slags tidlöst kustsamhälle, medan den är central hos Mankell genom att han refererar till globala och lokala orättvisor, maktmissbruk och ojämnt fördelade resurser. Mankell är uppenbart samhällskritisk och ägnar sig gärna dessutom åt kritik av nyhetsmedier och journalister, liksom Sjöwall och Wahlöö en gång gjorde och som exempelvis Liza Marklund gör och Stieg Larsson gjort. Ständigt ställs frågan vad som händer i världen och i Sverige i dag i Mankells Wallanderböcker. Mankell och Läckberg är helt olika sorters författare med sina olika profileringar och engagemang, men även deras romaner är mycket olika.

Det finns alltid flera olika skäl för en turist att resa i fotspåren efter böcker, filmer eller författare. I takt med att litterära platser har utvecklats väsentligt är det inte längre något bara för specialister, så kallade litterära pilgrimer, som är väl förberedda och vet exakt vad de söker, till exempel platsen för en författares födelse eller död. Numera finns det på flera ställen kommersiellt utvecklade turistmål där utgångspunkten är en författare eller ett litterärt verk men där själva evenemanget blir mer centralt än besökarens kännedom om författare eller verk (jfr Herbert 2001). Inte sällan blandas berättelser om författarens liv och leverne med de litterära skildringarna i dessa upplevelsemiljöer, det vill säga gränserna mellan fakta och fiktion blir vaga, eller till och med utsuddade. Ett svenskt exempel, förutom Astrid Lindgren och hennes gestalter, där gränserna mellan så kallad fakta och fiktion blir ytterst vaga är Jan Guillous romanfigur Arn som under det senaste decenniet fungerat som turistiskt dragplåster i Skararegionen (Sillanpää 2004). Kring de händelser och platser som skildras i romanerna har man byggt upp turistprojekt och lyckats nå otroliga besökssiffror.

Att göra film av roman är inget nytt – det nya är integrationen mellan bok- och filmmarknad. Många menar att en filmatiserad bok är en win-win-situation: går filmen bra drar den läsare till boken, går den dåligt kan man säga: Läs boken. Marknadsföring, reklam och distribution tenderar att gå ihop alltmer. Att filmatisera en bok är bra marknadsföring och ett effektivt sätt att jobba in ett varumärke, säger flera av branschernas företrädare. Sjöwalls och Wahlöös böcker var de första som filmades i någon större utsträckning i svensk kriminallitteratur. De sålde sin huvudperson, den fiktive Beck, och sedan dess har branschen blivit alltmer varumärkesorienterad.

Låt oss först ta oss till Ystad och se vad som hänt med Henning Mankells kriminalkommissarie Kurt Wallander.



K WALLANDER



WALLANDERLAND

PÅ RELATIVT KORT TID HAR YSTAD LYCKATS göra sig världskänt, framför allt genom den fiktive kommissarien Kurt Wallander. Med Wallanderland ges här ett exempel på den form av kulturturism som utvecklas kring en författare, hans böcker, filmatiseringar av dem och en plats. Det är en satsning som förefaller vara väl etablerad lokalt, nationellt och internationellt. Representanter för Ystads kommun är ständigt efterfrågade vid turistiska idéseminarier och åtskilliga turistbyråer, kommuner och företag har låtit sig inspireras genom att ta del av erfarenheterna. Författare och platser som blir varumärken omsätter stora pengar och sysselsätter många människor. Över huvud taget har det blivit etablerat att tala om författare, vissa fiktiva gestalter och platser i termer av varumärke. I medgång skapar sådana satsningar dynamik och kreativitet, men det kan också uppstå totalkonfrontationer mellan olika åsikter om till exempel vilken bild av författaren som ska visas, hur platser ska exponeras, hur och av vem verksamheter ska drivas och vilka målgrupper man ska rikta sig till, vilket vi ska se exempel på framöver.

Det har funnits en ambition att ta krafttag i regionen och att arbeta brett med kulturturism redan innan det formulerades i de nationella kulturpolitiska handlingsplanerna. Låt oss via Wallandersatsningarna se hur man gått till väga för att samverka, det som betonas i alla dokument och som i forskningen sägs vara avgörande för långsiktig ekonomisk regional tillväxt.¹³ Vad är det för komponenter som utgör Wallanderland?

WALLANDER INTAR YSTAD

”Sitt i Kurt Wallanders soffa, gå på hans golv, känn på hans skrivbord...”

Ovanstående mening kommer från ingressen till en artikel i *Sydsvenska Dagbladet* som handlar om det då nyöppnade filmbesökscentrumet Cine-

teket på gamla regementsområdet i Ystad. I luftvärnshallen intill producerade filmproduktionsbolaget Yellow Bird under 2004 och 2006 13 långfilmer om kommissarie Kurt Wallander vid Ystadspolisen, tidigare känd från Henning Mankells 11 storsäljande kriminalromaner.¹⁴ Sedan Cineteket öppnades 2006 har besökare kunnat följa guidade turer i Ystad Studios, där delar av filmerna spelats in, samt ta del av en utställning om filmproduktion i allmänhet. I inspelningsstudion har Kurt Wallanders lägenhet på Mariagatan i Ystad funnits uppbyggd, liksom delar av polisstationen och det rättsmedicinska laboratoriet. När produktionen av de första 13 filmerna var avslutad, och nya filmatiseringar påbörjats, var ledningen för Cineteket tvungen att bestämma sig för vad som skulle göras med lägenheten eftersom Kurt Wallander i de kommande 13 filmerna hade flyttat. Skulle den möblerade lägenheten finnas kvar för turisternas skull, skulle den flyttas till en annan plats där den kunde visas eller helt enkelt monteras ner för att lämna plats för aktuella inspelningar som behövde allt utrymme i studion? Men om den flyttades – frågade sig guiden vid en av de vandringar jag följde – skulle den då fortfarande vara på riktigt?

Brittiska BBC spelade under sommaren 2008 in tre Wallanderfilmer i Ystad med den engelske skådespelaren Kenneth Branagh i huvudrollen och efter succé ytterligare tre under 2009.¹⁵ Ungefär samtidigt initierades 13 nya svenska filmer där Krister Henriksson utvecklade karaktären Kurt Wallander. Inspelningarna skulle vara färdiga 2010, vilket gjort att Ystads turism räknat med att hålla liv i Wallanderturismen ytterligare några år. Redan tidigt insåg man att turism som följer i filmers spår kan vara tidsbegränsad om intresset inte förvaltas väl. Dittills hade man lokalt sett ett ständigt ökande intresse. Ystad har kommit att bilda skola vad gäller litteratur- och filmturism. Samtidigt har man försökt arbeta på bred front för att göra Ystad till en filmstad eftersom intresset för Wallander troligtvis inte varar för evigt.

Henning Mankells kriminalromaner och de filmatiseringar med kommissarie Wallander som gjorts är några av de centrala beståndsdelarna i Ystads satsningar på litteratur- och filmturism. Vandringarna i Ystad Studios är ett typiskt exempel. Wallanderland är här ett illustrativt exempel på hur en plats kan skapas och fiktionaliseras under specifika ekonomiska och kommersiella villkor. ”Det är omöjligt att överskatta vad Kurt gjort för oss”, säger en av Wallanderturernas guider. Wallander har uppenbart stärkt Ystad som en turistdestination.

Till Ystad kom de första turisterna och frågade efter Mariagatan redan året efter att Mankells första Wallanderbok *Mördare utan ansikte* gavs ut 1991. Då gavs fyra praktikanter från stadens turismutbildning uppgiften att göra en karta baserad på böckerna. Det blev den första versionen av ”I Wallanders spår”,

det som sedermera blivit en broschyr i fyrfärgstryck som ständigt utvecklas. Efter första filminspelningen 1994 kom frågor efter filminspelningsplatser, och den första kartan utökades.

Under ett antal år har det i Skåne satsats på kommersiell långfilmsproduktion för att marknadsföra regionen. Detta har framför allt skett i Ystad. Regional filmverksamhet genom att satsa på regionala resurscentrum nämndes i riksdagens betänkande redan 1996/1997 (se vidare O. Hedling 2010a & b). Satsningarna syftade till att ”främja den regionala spridningen av professionell filmproduktion” och fick statligt stöd för att producera långfilm, under förutsättning att delar av produktionen skulle ske i det egna länet och att lokala produktionsmedel användes (Karlsson m.fl. 2004). Under de år jag arbetat med dessa frågor har plats- och destinationsutveckling blivit alltmer självklart som lokala argument för att utveckla turism som näring. Vad gäller de regionala filmverksamheterna finns det en pågående diskussion om huruvida verksamheten ger regionala mervärden och om dessa i så fall täcker de skattemedel som satsas. Beräkningsmodeller för huruvida satsningar är lyckade eller inte är otaliga. Jag gör inga sådana värderingar här. Det är dock onekligen så att verksamheterna äger ett politiskt och regionalt intresse vilket visar sig exempelvis i regeringens strategidokument, där kultur på export betonas.

I WALLANDERS SPÅR

På turistbyrån i Ystad möts besökaren av porträttbilder på skådespelaren Krister Henriksson och Henning Mankell. Mankellromaner på flera språk finns till försäljning, liksom Wallandervykort och boken *Wallanders Ystad* (Ambrius 2004), utgiven av lokaltidningen *Ystad Allebanda*, och med texter på svenska, engelska och tyska. För den som närmar sig staden via turistbyrån är det uppenbart att Ystad och Wallander är intimt förknippade med varandra. Ystads turistbyrå är också ansvarig för broschyren *I Wallanders spår: en vägvisare över Ystad med omnejd för dig som gillar romanfiguren Kurt Wallander, kriminalkommisarie vid Ystadspolisen*. I broschyren från 2007 presenterades Henning Mankell liksom hans skapelser Kurt och Linda Wallander, Kurts dotter, som har en mer framträdande roll i de 13 första filmerna än i romanerna, förutom i boken *Innan frosten*. I broschyren fanns, liksom i den senare versionen, en karta med ett flertal platser i Ystad som nämndes eller användes i romanerna och filmerna. Broschyren delas ut gratis och trycks i ungefär 40 000 exemplar per år, på svenska, engelska och tyska.

Broschyren har förändrats en hel del genom åren. 2007 pryddes den av en bild av en svettig, trött och ganska stor Wallander i sällskap med kollegan



Wallander-broschyren i två varianter: 2007 till vänster och 2009 till höger. Återgiven med tillstånd av Ystads kommun/Itta Johnson.

och dottern Linda med pistol i hand. På omslaget till 2009 års upplaga kommer i stället en betydligt prydligare, något slankare Wallander gående i stilla mak med hunden Jussi i koppel på en av stadens vackra gator med rosor och stockrosor i full blom. Detta är helt i enlighet med överenskommelsen om att skapa en mer ”EU-anpassad” Wallander. Denna broschyr inleds med en berättelse om Wallanders Ystad som är en uppföljning av framsidesbilden:

Miljoner av läsare världen över har följt kommissarie Kurt Wallander när han jagar mördare genom de trånga kullerstensgränderna i Ystad, eller när han fikar på Fridolfs konditori, och till hans hem, en lägenhet på Mariagatan.

Författaren Henning Mankell har skapat en fiktiv karaktär och berättarvärld som utspelar sig i verkliga, existerande miljöer.

I Mankells Ystad döljer sig ondskan under ytan i småstadsidyllen med korsvirkeshus och prunkande stockrosor längs husväggarna. En verkningsfull kontrast till de grymma brott som författaren låter utspela sig i denna lilla stad med medeltida anor.

Gränsen mellan fiktion och verklighet flyter ihop än mer när skådespelaren Krister Henriksson i rollen som Kurt Wallander flyttar in på den verkliga Mariagatan. Ystad förvandlas till en levande filmkuliss. Filmskaparna blandar det verkliga Ystad och det fiktiva. Genom skickliga filmklippningar, studiomiljöer och specialeffekter skapas Wallanders Ystad.

Filmspelningar har blivit en del av vardagen för invånarna i Ystad. Numera är det inte ovanligt att t.ex. bilar sprängs i luften och att hela stadsdelar blir strömlösa då en mörkläggnings av staden ska filmas. Polisutryckningar i den annars så lugna staden kommenteras ofta med en axelryckning och *"Nu spelar de in igen"*.

Fast ibland är det på riktigt. Film eller verklighet?

I Wallanders Ystad är det en ny, blandad verklighet, en "mixed reality" som gäller. (2009 års broschyr)¹⁶

När denna senare broschyrtext formulerades fanns erfarenhet av filmspelning på plats och mötet med lokalbefolkningen. Man hade vid det laget blivit varse att satsningen räknas som ett gott exempel, men också hunnit prova på olika former för att möta besökare. Texten visar att det är en verksamhet i rörelse, som ständigt måste förnyas och anpassas till nya omständigheter. Det kommer nya filmer, ny medial uppmärksamhet, nya tekniska möjligheter, nya turister med andra krav och annan konkurrens efter hand som denna så kallade goda modell får genomslag på andra platser.

Broschyren har professionaliserats i sin layout med fler bilder av bättre kvalitet och kompletterats med efterfrågade uppgifter. Därmed har den kommit att fylla flera olika funktioner. Den innehåller en bibliografi och filmografi liksom ett par kartor, en för Ystads innerstad och en över det omkringliggande landskapet. I broschyren följer en presentation av "mångsysslaren Mankell". Vid sidan av den ofrånkomliga statistiken över böckernas upplagor, över 30 miljoner exemplar och spridning genom översättningar till mer än 40 olika språk, presenteras också biografiska fakta. Henning Mankell, gift med teaterregissören Eva Bergman som är dotter till Ingmar Bergman, växlar mellan att bo strax utanför Ystad och att vistas i Moçambique, där han är konstnärlig rådgivare åt Teatro Avenida. Läsaren informeras också om hans kamp för hiv- och aidsdrabbade samt en del om de utmärkelser han mottagit för sitt författarskap. "Jag önskar jag kunde göra mer av värde och att världen ändras till att bli anständig", säger Mankell. Här nämns, till skillnad från i tidigare versioner, att Mankell fick Svenska Deckarakademiens pris för "Bästa svenska kriminalroman". Motiveringen löd: "Utnyttjar på ett suveränt sätt kriminalromanens möjligheter i sann humanistisk anda." Priser av olika slag har fått

ett allt större värde och betonas mer och mer i marknadsföring av såväl böcker som filmer. När Kenneth Branagh presenteras både i Ystad och i olika medier – inspelningarna har fått stor uppmärksamhet – nämns att de tre första brittiska Wallanderfilmerna vann det brittiska tv-priset BAFTA för bästa drama-serie men också Bafta Craft Awards för bästa originalmusik, foto och ljus, produktionsdesign och ljud. Stipendier och priser är ofta ett sätt att legitimera och har stor betydelse för författares prestige (Steiner 2009). Mankell är ett exempel på hur en författare profileras och marknadsförs med tidstypiska argument. Han är samhällsengagerad, har socialt patos, får utmärkelser och säljer stora mängder böcker. Han beskriver sig själv som en samhällsgranskare (se bl.a. *Trelleborgs Allehanda* 22/4 2008, *Sydsvenska Dagbladet* 17/8 2008) och utifrån hans försäljningssuccéer blir det tydligt att även hans samhällsengagemang blivit en strategi i marknadsföringen.

Dagens författare har en annan roll på bokmarknaden än tidigare. Precis som inom turismbranschen kan det sägas att mycket är igenkännbart men i dag betydligt mer intensifierat. Författarna har en annan konkurrenssituation, andra krav och ett helt annat mediebrus att tränga igenom. Kopplad till medieutvecklingen finns dessutom en ökad efterfrågan snarare på personlig exponering av författare i det offentliga rummet än på det litterära verket (Steiner 2009). Lyckas man på båda planen är det bäddat för succé.

KULTURCENTRUM MANKELL

Författaren Henning Mankell, var finns han i Ystad? Mankell har en relativt stor del i de arrangemang som sker i Ystad kring Wallanderturismen genom att all exploatering kontrolleras av honom eller närstående. Han själv är dock sällan synlig mer än när han ibland rör sig som en vanlig Ystadbo på stadens gator och torg. Personer som är engagerade i de olika arrangemangen talar om honom med vördnad och verkar ha stor respekt för hans integritet. Till exempel verkar det vara en sport att aldrig berätta var hans hus är beläget. Den i vissa sammanhang mer kände fiktive Kurt Wallander är verksam och boende i Ystadtrakten, men Henning Mankell själv föddes i Sveg i Härjedalen. Det har man tagit vara på där och skapat ett Kulturcentrum Mankell med utställningar, forskarrum, upplevelserum och kulturella arrangemang. Låt oss göra en utflykt till Sveg för att se vad som där gjorts av Mankells författarskap innan vi återkommer till broschyren och Wallanders fotspår i Ystad.

Henning Mankell bodde i Sveg från det att han var två tills han var 13 år. Hans barnboksserie om pojken Joel utspelas där och Härjedalen benämns som Mankells barndomslandskap. ”På upplevelsevandringen om Joel och den

unge Henning får du se platser där de 'båda' har varit", står det på Kulturcentrum Mankells hemsida.¹⁷ Enligt projektdokumentet, det vill säga visionerna innan Kulturcentrum Mankell invigdes 2007, var ambitionen att skapa ett forskningscentrum där Mankells originalmanuskript skulle finnas tillgängliga, liksom ett exemplar av varje verk i Mankells samlade produktion på alla språk. Man ville nå en bred publik med litterärt och kulturellt intresse, som också skulle kunna uppskatta de naturupplevelser Härjedalen erbjuder.

Det talas i projektbeskrivningen i termer av "produktpaketering" som förtydligas med marknadsföring och samordning med till exempel näringsliv, reklambyråer, guider, researrangörer, sättnare, tolkar, transportföretag, utbildning etc. Förväntat resultat var ett bredare och fördjupat kulturutbud som skulle stimulera ungdomars intresse för kultur i olika former. Detta skulle även "bidra till hög livskvalitet för människor i bygden och tillresande. Genom det budskap som förmedlas från Henning Mankells författarskap kan projektet också medverka till tolerans och social och kulturell mångfald". Det var uppenbart att Mankells författarskap här skulle användas i en vidare bemärkelse än bara ett deckarförfattarskap.

Mankell betraktas som en ideologiskt intressant författare med stort samhällsengagemang, vars litteratur förväntas ha just denna effekt. Genom att även betona det biografiska finns det en sorts magi som ska verka: "Slå dig ner vid Mankells skrivbord och fundera en stund", står det på Kulturcentrum Mankells hemsida. Mankells engagemang förväntas helt enkelt smitta av sig. Att se på författarskap på detta sätt är inte helt ovanligt, inte heller att man tänker sig att det ska stimulera både inresande besökare och de lokalt bosatta.

Liksom de flesta destinationer som vill marknadsföra en författare har man i Sveg producerat en karta med tio nedslag, där det på traditionsenligt sätt berättas om platsen och de kopplingar som finns till personen Henning Mankell. Sveg omnämns i böckerna om Joel som "Köpingen" men i Sveg har man varit mån om att göra kopplingen tydlig. Bara två gånger i broschyren ser jag det omnämnas, om än indirekt, att Mankell också är deckarförfattare: "När Henning Mankell som vuxen återkommit till Sveg har han, som så många andra, bott och ätit på Stora Hotellet – något han har gemensamt med både polisen och mördaren i *Danslärarens återkomst* (2000)." Eftersom det är Mankells Wallanderböcker som gjort honom inte bara känd som författare och ideolog, utan världsberömd, tolkar jag detta som ett medvetet val från arrangörernas sida att tona ner den sidan. Men vad betyder det? Förutsätts läsaren ha kunskap om Mankell eller finns det tankar om att uppmärksamheten kring deckarförfattaren skymmer sikten? Eller handlar det om att man lokalt insett att man inte kan eller vill konkurrera med Ystad om uppmärksamheten?



Staden Ystad är på många sätt involverad i filmproduktionen.

Betoningen är uppenbart på författaren som person och vi kommer att känna igen sättet att beskriva skrivargärningen från andra författarcentrum eller författarhem. När till exempel utsikten över bron från Ljusnans strand, punkt fyra i broschyren, omskrivs står det att det var den unge Henning Mankells utsikt från övervåningen i Tingshuset där familjen då bodde. Senare nämns att det också är den fiktive Joels utsikt och en koppling görs således mellan honom och Mankell. Utsikten är central i denna broschyr, liksom i många författarguidningar. Syftet med broschyrerna är ofta, förutom att berätta om en författare, att förmedla att platsen eller platserna har speciella geografiska egenskaper, värdefull natur och många klassiska sevärdheter. I denna broschyr står det till exempel att besökaren dessutom kan ”njuta av Sveg med dess storslagna och natursköna omgivning”. Behovet av att slå fast det värdefulla och lokalt specifika hänger samman med att det numera råder konsensus kring att turismnäringen är väsentlig för den lokala ekonomin, om inte rent av avgörande i vissa fall. Järnvägsbron vid Ljusnan beskrivs som unik eftersom den tar både tåg- och landsvägstrafik. 2001 gavs den namnet Mankellbron eftersom den ofta förekommer i Mankells böcker. Vad är det då Sveg

velat göra till sitt? Är det framför allt naturen? 2010 invigdes ett författarhus utanför Sveg i Härjedalen som Mankell donerat till Dramatikerförbundet och Författarförbundet där medlemmar kan ansöka om vistelse.

Namngivning av platser efter författare, upprättande av personmuseer, författarcentrum och skapandet av andra minnesmärken kommer jag att diskutera mer i samband med analysen av Astrid Lindgrens Vimmerby. Även i Vimmerby har man skapat ett kulturcentrum för den ”egna” författaren. Där ligger den mer kunskapsförmedlande verksamheten och den mer kommersialiserade verksamheten med bara några hundra meters mellanrum. Det betyder dock inte att man inte diskuterat eller haft problem med hur man skulle arbeta med dessa olika besökscentrum, vem man skulle rikta sig till eller hur de skulle finansieras. Mellan dem som arbetar med Wallanderturism i Ystad och dem som arbetar med Kulturcentrum Mankell finns nästan ingen dialog alls. Vad har det för betydelse i längden? Skulle man kunna ”dra” varandra genom mer samarbete? Eller är detta symtomatiskt för hur litteratur- och filmsatsningarna ser ut i Sverige? Låt oss återgå till Ystad för att se vilka av frågorna det finns svar på.

STADSSPÅR

Det är påfallande vilket stöd Mankell har i Ystad. Människor som är engagerade i Wallanderturismen betonar i alla sammanhang hans integritet och engagemang. Efter att ha följt verksamheten under några år skulle jag till och med vilja tala om en sorts berättelse som skapats om både författaren Henning Mankell och hans fiktive person Wallander. Ofta påpekas det att Henning Mankell via filmerna funnit en lyckad kombination av lokal förankring och globalt engagemang. Trots det är det i de officiella berättelserna den fiktive Kurt Wallander som betonas. Betydligt mer plats ägnas till exempel i 2009 års broschyr åt presentation av ”Kurt Wallander – en tilltufsad hjälte” och de olika Wallanderkaraktärerna än åt författaren själv. Fem olika skådespelare har tolkat Wallander på film: Rolf Lassgård, Krister Henriksson och Kenneth Branagh men också Gustav Skarsgård (den unge Wallander i en film) och Lennart Jähkel som i dramaserien *Talismanen* spelar birollen Kurt Wallander. Det poängteras att många ser Lassgård som den ”riktige” Wallander. De åtta filmerna med Lassgård producerades mellan 1994 och 2006. ”Lassgård förkroppsligar bokens Wallander både till utseende och sätt, och han har också fått kultstatus för rollen som den bufflige kommissarien”, står det i broschyren. Men frågan är om inte tiden och de efterföljande rolltolkningarna hunnit ikapp Lassgård. Vid handuppräknning på en av de guidade turer jag följde sommaren 2010 menade fler att det snarare är Krister Henriksson som är den

”riktige” Wallander. Det är en förändring bara under de åren jag följt verksamheten och visar på den beredskap och rörlighet som måste finnas.

I broschyren nämns också att den andra Krister Henriksson-filmsviten, den som spelades in mellan 2008 och 2009, mestadels filmades *on location*, vilket innebär att filmerna spelats in på befintliga platser snarare än i studio. Man brukar skilja mellan *locations* som är den plats där filmerna spelas in och *settings* som är den plats där berättelserna utspelas. Att filmer spelas in *on location* betonas alltmer numera. Vid ett filmseminarium i Ystad berättade en av producenterna hur viktigt det är att visa ”hur det är att vara här”, det vill säga att spela in filmerna i Ystad där de ursprungliga berättelserna utspelas (seminarium 2/6 2008). Att visa att det är en äkta stad och att det är äkta värderingar som kommer till uttryck har ett värde. Filmproducenterna ville inte spela in i studio om det inte var nödvändigt och de arbetade intensivt för att försöka ge filmerna en Ystadsprofil, för att Ystad skulle bli en del av själva berättelsen. Vid presentationer av framväxten av Wallanderturismen sägs ofta att Ystad i samband med Henrikssonfilmatiseringarna ”fick hem Wallander”. De första Wallanderfilmerna spelades in i Trollhättan med vissa inklippta exteriöra bilder från Ystad, vilket av guider eller lokalt engagerade i Wallanderturismen ständigt betonas som ett förfarande man tar avstånd från. Den tekniken, att låta en viss plats föreställa en annan, är långt ifrån ny i filmens värld – vissa orter kan i en del sammanhang nästan bli mer original än själva originalet. Om det i vissa sammanhang är en poäng att leka med lokaliteter så har det här snarare blivit en poäng att betona att det är det äkta man visar. Det är berättelsen om något unikt och äkta som marknadsförs och säljs.

Under rubriken ”I Wallanders spår” inleds 2009 års version av broschyren med samma titel med en presentation av de olika Wallanderbostäderna. Vandringsen i 2007 års broschyr går till Wallanders lägenhet på Mariagatan 10, hans bostadsadress i böckerna. I broschyren nämns inte att detta inte är det hus som är Wallanders bostad i filmerna. Det poängterades däremot vid guidningarna i Ystad Studios som en av de saker som skapat förvirring hos en del turister. I filmerna är det nämligen ett annat hus på Mariagatan som filmats och som blivit kuliss i studion. Det är uppenbart att detta skapade en form av autenticitet för en del besökare. I de guideade turena hanterades det genom att det skapades nya berättelser om de olika fiktionsnivåerna och besökarnas behov av klargöranden. I 2009 års broschyr korrigerades besöksadresserna. Jag citerar:

- *Mariagatan*. Få gator i Sverige har rönt så stort intresse som Mariagatan i Ystad – och ännu färre med anledning av en fiktiv karaktär. Skälet till detta är att den populära poliskommissarien Kurt Wallander bor här.



- *Mariagatan 10.* Gatlyktan sprider sitt gula sken, Wallanders blå Peugeot står parkerad.
- *Mariagatan 11 C.* I de första tretton filmerna med Krister Henriksson som Wallander filmade man på Mariagatan så som det beskrivs i böckerna. Av filmtekniska skäl valdes dock ett annat hus som ligger tvärsöver gatan, snett mittemot Mariagatan 10. Interiörerna spelades in på Ystad Studios där man byggde upp Wallanders lägenhet.
- *Västra Vallgatan.* I några av filmerna med Rolf Lassgård i huvudrollen bor Wallander i ett av korsvirkeshusen.
- *Beijersgatan.* På denna gata valde BBC-teamet ett tidstypiskt hus från 1970-talet som får föreställa Wallanders hem.
- *Svarte.* I boken *Innan frosten* är Wallander väldigt nära att köpa ett hus på den lilla orten en halvmil väster om Ystad. Han har länge funderat på att flytta från Mariagatan och i filmen *Hämnden* har han genomfört sitt livs dröm.

*Ett av den fiktive
kriminalkommissarie
Kurt Wallanders
hemkvarter.*

Denna text är liksom andra texter i denna broschyrversion erfarenhetsbaserad. Genom åren har det ställts oändligt många frågor om vilken adress som egentligen är Wallanders. Och de är ju många, både adresserna och de

olika Wallanderuttolkarna. Även olika byggnader som fått utgöra polishuset, ”Kurt Wallanders andra hem”, nämns. Så följer en kortfattad beskrivning av karaktärerna och 48 platsbeskrivningar i Ystad med omnejd som finns i både böckerna och de olika filmatiseringarna. Samtliga platser är utmärkta på två olika kartor, dels en karta över Ystad stad, dels en karta över omnejden. Platserna som utmärks på stadskartan är nåbara till fots.

Broschyren innehåller även en förteckning över Henning Mankells elva Wallanderböcker (den inleds med Mankellcitaten ”Vad jag än hittar på, så är verkligheten alltid värre”), men också en förteckning över samtliga filmer. Lassgård- och Branaghfilmatiseringarna är, liksom en av Henriksson-filmerna (*Innan frosten*), baserade på böckerna medan övriga är baserade på idéer av Henning Mankell.

Slutligen får vi veta vilka olika Wallanderaktiviteter som finns i Ystad. Tanken är att besökaren ska kunna läsa broschyren och sedan färdas runt i Ystad med omnejd på egen hand. Under sommarmånaderna finns flera alternativ för dem som vill närma sig Wallanders Ystad. Det är bland annat möjligt att sedan 2003 åka med Ystad Frivillige Bergnings-Corpsens guidade Wallandertur med veteranbrandbil. På bilen får ungefär 14 personer plats och den utgår från Stortorget. Under färden, i maklig takt, passeras platser som nämns i böckerna och visas i filmerna och en av brandmännen läser högt ur sitt manus med citat ur böckerna. Ett alternativ för den filmintresserade är att besöka Cineteket där det går att lära sig om hur filmproduktion går till genom prova-på-stationer i utställningen och se Wallanderrekvisita men också ”fotografera sig själv som brottsling, skjuta med Wallanders tjänstevapen samt ta fingeravtryck”, som det står på stadens hemsida.¹⁸ ”Det ska inte upplevas som lärande även om man lär”, säger en av de ansvariga. De vill att människor ska lära och uppleva och har efterhand insett att olika turistgrupper vill ha olika saker. En del vill bara ha Wallanderkunskap, andra är intresserade av att lära sig om film i största allmänhet. På Cineteket finns försäljning av böcker och filmer, några t-shirtar och affischer. Där finns också möjlighet att ta en kopp kaffe med dopp från ett av de lokala, välrenommerade bagerierna. Allt är väl genomtänkt och signalerar kvalitet. Under en kort period. Turismindustrin är nämligen inte helt lätt varken att undersöka eller att arbeta inom eftersom den är i ständig förändring. När jag var där första gångerna ägdes Cineteket av Ystads kommun. Året därpå hade det just tagits över av engagerade, visionära och kunniga entreprenörer. När jag var där sommaren 2010 ägdes Cineteket återigen av kommunen. Föränderligheten, dilemmat med kontinuitet och möjliga framtidsscenarier återkommer jag till i slutet av detta kapitel.

I Ystad Studios, som ligger granne med Cineteket, erbjuds guidade turer

i den studio där Wallanderfilmerna spelades in. De senaste åren har Ystad alltmer betonats som filmstad bortom Wallanderfilmerna och det arrangeras en stadsvandring i filmens tecken: ”Upplev Ystads filmhistoria med bland andra Kurt Wallander, Anna Q. Nilsson, Ingmar Bergman och Rolf Lassgård med flera. Se och upplev såväl nya som gamla filminspelningsplatser och ta del av aktuell filminformation.” Under de första filminspelningsåren kunde man besöka den uppbyggda Wallanderlägenheten från Mariagatan. Numera varierar vad som förevisas från säsong till säsong. Det kunskapsförmedlande draget har dock hängt med över tid. Ett traditionellt turisdilemma är hur besökare ska lockas att återvända. Vad gäller evenemang av detta slag förändras verksamheten mer eller mindre hela tiden, varför återbesök, med inte alltför korta tidsintervaller, inte behöver betyda upprepning.

Varken på Cineteket eller på turistbyrån var de beredda på skillnaderna mellan olika sorters turister, fick jag veta i intervjuerna. Många besökare kom relativt väl förberedda genom att ha läst alla böckerna, sett alla filmerna och läst allt de kunnat finna på nätet. I de fallen tyckte guiderna inte att de kunde tillföra något och hade insett att de behövde utveckla sig för att ge mervärde. I takt med att filmerna visats i fler och fler länder hade de dessutom att ta ställning till hur de skulle hantera olika språk.

Turistansvariga berättade att de hade vad de kallat för ”segment av Wallandernördar”, det vill säga dem som ville veta mer om det de inte såg i filmerna: relationer mellan kvinnorna i Kurts liv, de psykologiska profilerna bakom mördarna i filmerna och så vidare. De jag intervjuat menade sig se skillnad på de uttalade bok- och filmbesökarna vad gäller beteenden. Wallanderturismen är lite som *Hänt i veckan*, sa dåvarande turistchefen. Ingen läser tidningen, men den har 40 000 prenumeranter. Litteratorturisterna förefaller tycka att det är lite pinsamt att de gillar Wallander och följer i hans spår. Här anas en motsättning mellan så kallad finkultur och populärkultur. Litteratorturisterna smyger med sin Kurt Wallander och skyltar inte med att de kommer hit för att besöka honom, sa turistchefen. Däremot är filmturisterna mycket tydligare med sitt intresse. Båda kategorierna kommer även under andra säsonger än högsäsong.



Cineteket är en viktig fast besökspunkt för film- och litteratorturisten i Wallanders spår.

Antalet besökare har de senaste åren ökat markant under januari–april, även vad gäller internationella turister, och det hänger bland annat ihop med de internationella kampanjer som genomförts.

Det är inte helt lätt att mäta vilken sorts turister som egentligen gästar en plats. Ena stunden kan en besökare vara filmturist för att i nästa vara badgäst, museibesökare, kanske kund i en butik eller en helt ”vanlig” turist. En annan del är att det inte är helt lätt att veta vad som gör att människor väljer en viss destination eftersom det inte går att mäta hur människor påverkats av att ha läst en viss bok eller sett en film alternativt hört av andra att detta är en spännande plats att besöka. Syften med en resa kan också ha förändrats under dess gång.

Ytterligare ett sätt att uppleva Wallanderland är att köpa ett Wallanderpaket. I det ingår oftast middag på en av Wallanders favoritrestauranger, inlogering på ett av de hotell där han brukar äta lunch och kaffe på Fridolfs konditori, Wallanders favoritkonditori där han i böckerna ofta dricker antingen kaffe eller lättöl och beställer en ”sillamacka”. Paketet inkluderar också en ”Wallanderbakelse”: polisblå med marsipantäcke, smaksatt med punsch och dekorerad med ett stående W i choklad. Historien om bakelsen ingår numera, liksom berättelsen om Mankells sociala patos och engagemang, i en väl utarbetad *storytelling*.¹⁹ På en vägg i konditoriet hänger ett certifikat där familjen Wallander har gett konditoriet sin tillåtelse att använda namnet för bakelsen ifråga. Det var en annan Wallanderfamilj – en som inte bor i Ystad utan i Mariefred – som lånade sitt namn till bakelsen eftersom den organisation som äger rättigheterna till rollnamnet Wallander motsatte sig att namnet skulle användas. Officiellt alluderar bakelsen således på en familj i Mariefred, samtidigt som alla vet vem det *egentligen* handlar om. En historia genererar en annan historia och fiktionslagren skjuts in över varandra. Turismforskaren John Urry talar om världen som ”a stage”, där turisten väljer att delta i en del lekar. Det kan vara kitsch eller ironi men framför allt vet turisterna att de är turister och att det är en sorts undantagstillstånd, det vill säga en sorts lek om man så vill. Det är många lekaspekter som är inblandade i en upplevelse.²⁰

Skild från Wallandersatsningarna men en del av den våg av deckarintresse som rullat över oss under 2000-talet är de mordgåtor man kunnat följa i Ystad. De har mer haft karaktär av rollspel, där två skådespelare har gått runt i Ystad med en grupp som delats in i lag och som vid varje stopp fått ta del av olika ledtrådar som skådespelarna förmedlat på olika sätt. Detta påminner i stor utsträckning om det *Murder Mystery Dining Train*-evenemang jag beskrev tidigare i samband med Agatha Christie-festivalen. Mordgåtorna har lockat en del besökare att gå vidare till Cineteket och tvärtom.



Allt detta kan ses som delar i upplevelsen av Wallanderland. Men varje del kan också fungera som en del av Wallanderturismen eller helt enkelt som enskilda turistiska evenemang. Att besöka Ystad och äta en blå marsipanbakelse behöver inte för konditoribesökaren betyda en koppling till vare sig Wallander eller Mankell. Att se veteranbrandbilen åka runt med 14 passagerare kan vara en del av den vanliga sommarturistbilden i en stad med lång historia som besöksmål. Kort sagt, man kan besöka Ystad utan att märka av intresset för Kurt Wallander (jfr Christenson m.fl. 2005). Söker man efter spår finner man dock många och olika.

På Wallanders favoritfik kan man inmundiga en polisblå bakelse som bär hans namn; själv lär kommissarien aldrig ha ätit den.

INTIMISERING OCH ROMANTISKT LANDSKAP

Nå, vilka platser får vi då se om vi följer broschyrens kartor och omnämnda platser? Jag har visat att även dessa turer förändrats mellan de olika broschyrenerna. I den första broschyren, från 2005, började rundturen med polishuset, beskrivet som Kurt Wallanders andra hem. Därefter kom man till Mariagatan 10, Wallanders hemadress i romanerna. Den senare versionen anpassades till besökares synpunkter och behov och började i stället på Fridolfs konditori, eftersom Wallanders olika bostadsadresser skapade förvirring. Därefter följer ett stopp vid Ystads turistbyrå som figurerar i boken *Den vita lejoninnan*, Ystad konstmuseum som finns med i den engelska filmen *Sidetracked*, Hotell Continental som inte bara är Sveriges äldsta hotell, enligt broschyren, utan också ett ställe där Wallander ofta äter och som finns med i både boken *Stegat efter* och filmen *Afrikanen*. Så fortsätter rundturen med att varva böckerna och de olika filmerna med turistisk allmänkunskap och att tala om ömsom den fiktive

gestalten Wallander, ömsom så kallade verkliga platser. Efter 24 benämnda och beskrivna platser inne i staden Ystad kommer rubriken ”Wallanderplatser i landskapet” och turen på kartan går vidare till andra platser som är kopplade till skeenden och personer i berättelserna:

Det finns en atmosfär i det skånska landskapet som är speciell och som inte är lätt att finna någon annanstans. Landskapet som Henning Mankell beskriver med stor inlevelse i sina böcker är en del av Wallander-succén världen över. Det geografiska läget som gör Skåne till ett gränsland, där människor från alla väderstreck möts, fascinerar Henning Mankell. En fascination som känns igen i hans böcker om Kurt Wallander och landskapet han bor i.

Det sätt på vilket det skånska landskapet beskrivs och saluförs i marknadsföringsmaterial känns igen. Oresund Film Commission är en ”non-profit organisation”, finansierad av bland andra Region Skåne, och har sedan 2003 verkat för att marknadsföra Öresundsregionen som internationell filminspelningsplats.²¹ Man har även i uppdrag att samarbeta med internationella film- och tv-produktioner som spelas in i regionen. Detta är inte bara ett sätt att göra Öresund till en viktig filmregion utan också ett sätt att öka tillväxten. På hemsidan berättas vilken unik plats Skåne är: Danmark och Sverige möts, det gamla möter det nya, natur och teknologi möter varandra och gör Öresundsregionen till en ideal plats för filmproduktion, står det vidare. Det pastorala landskapet tar andan ur en och hemsidesbesökare uppmanas göra en resa i landskapet via databasen.²² Det är fascinerande att se vad det är för naturscenerier som förmedlas. BBC:s Wallanderfilmatiseringar passar väl in i mallen genom de val av scenerier och illustrationer av landskapet som gjorts. Filmvetaren Ingrid Stigsdotter menar att dessa skånska filmscener i ett brittiskt sammanhang framför allt illustrerar ett exotiskt Sverige (2010). Det hindrar dock inte de besökare som söker specifika filminspelningsplatser att söka sig just till Ystad och Österlen. Marknadsstrategen berättade att hon haft finska journalister på besök strax innan vår intervju i december 2007. Vädret var typiskt Skånevinterväder, vilket hon beklagade. En journalist protesterade: ”Men det är precis som jag läst om i böckerna.” Stämningen på den ödsliga stranden med bara vatten, sand och grädis var vad både han och fotografen ville ha för att förstå hur Mankell tänkt när han skrivit scenen.

Här kan vi jämföra med hur Daphne du Maurier som författare kopplades till det cornwallska landskapet liksom hur hennes och Mankells fiktiva gestalter placeras i det landskap som författaren sägs attraheras av.

Det fysiska avståndet mellan hållplatserna ökar efter hand, och till slut kan

man inte längre vandra mellan dem utan behöver bil eller åtminstone cykel. Nu blir landskapet bortom staden närvarande. I broschyren görs försök att fånga platskänslan genom konkreta, sinnliga beskrivningar och bildmaterialet är rikligt. I tidigare versioner kopplades beskrivningen av en del platser till vad som ofta benämns som typiska drag för deckargenren och gavs ett litterärt sammanhang genom exempel ur böckerna. Efter ett tag förvandlades Wallander i karthänvisningarna till "Kurt" och vårt förhållande till karaktären blev alltmer personligt: något som återkommer i de guidade turerna där guiderna gärna talade om "Kurt" som om han vore en vän. Då ska vi ha i minnet att det är den fiktive personen som omtalas. I många guidningar i författarmuseer görs författaren familjär.

I 2009 års broschyr förblir Kurt Wallander "Wallander", det vill säga han görs inte lika familjär. Vad belyser det? Fortfarande citeras det en hel del ur böckerna, i synnerhet när vi kommer till platserna utanför staden. När vi kommer till Öja krog, vars stallar temporärt byggdes om för att hysa det fiktiva klostret Rölleka i filmen *Täckmantel*, citeras till och med den brittiske kriminalförfattaren John Harvey: "... the landscape in southern Sweden is just as an important character as Wallander himself." Det är påfallande många referenser till de engelska filmatiseringarna och det är uppenbart att broschyrens skapare gillat den marknadsföringen av Skåne.

Ett viktigt inslag i såväl böckerna som filmerna är Wallanders dåliga hälsa. Han söker hjälp på Ystads lasarett, som finns utmärkt på kartan, för att hantera sina stressymtom och för att få bukt med sin diabetes. Inte ens sjukdomen är en slump. Mankell berättar i intervjuer att han rådfrågat läkare om vilken tidstypisk sjukdom en person som Wallander rimligen skulle drabbas av. Detta sägs ibland vara förklaringen till rollfigurens popularitet: han är en antihjälte, bräcklig och mänsklig i sina väl igenkännbara tillkortakommanden.²³ Böckerna och filmerna som handlar om kriminalkommissarie Kurt Wallander är otroligt omtyckta. Kanske för att Kurt är lite som folk är mest; en vandrare på livets krokiga stig där såväl avgrunden som himlen öppnar sig ibland", står det i broschyren, vilket flera av informanterna återkommer till såväl i mina intervjuer som i tidningsintervjuer. Detta tillhör till viss del genren och schablonerna kring kriminalkommissarien: en melankolisk man som älskar opera, har svårt med relationer och som stundtals dricker (för) mycket whisky. Här återkommer den vardaglighet jag nämnt tidigare som ett signum för genren. Det intressanta är kanske inte längre att det förekommer utan snarare varför det lyckas ibland och andra gånger tröttnar ut.

DEN GUIDADE STUDIOTUREN

När besökaren tagit sig runt Ystad med omnejd i Wallanders spår kan han eller hon välja att förkovra sig i Wallanderfilmernas värld. Vill man lära sig hur filmproduktion går till stannar man som sagt i Cinetekets lokaler. Önskas ytterligare fördjupning går det att besöka några av de uppbyggda interiörerna under en guidad tur in i luftvärnshallen som finns på regementsområdet. Längre var det omöjligt att ta fel, för på taket stod det så länge Wallanderfilmerna spelades in med versaler MANKELLS WALLANDER. Det har varit ”lönt” att bygga upp en hel lägenhet i studio, säger guiden, eftersom det var så många som 13 filmer som skulle spelas in, och fler blev det. Den guidade studioturen som jag följt ett flertal gånger börjar utomhus, bakom studioingången, och guiden visar bland annat den bil som sprängdes i luften i slutet av filmen *Innan frosten*. Guiden berättar sedan om de två skådespelarupplagorna av kommissarie Wallander, en inspelad i ett ”falskt” Skåne, en i det verkliga Ystad, där Krister Henriksson spelar Wallander. De första filmerna följer böckerna. Den senare Wallander är, påpekar guiden och som man kan läsa i broschyren, en mer internationell figur, anpassad till det nya århundradet: smärtare, friskare trots fortsatt dålig hälsa, och med ett bättre förhållande till sin dotter. Gång på gång påminns vi om att minst 25 miljoner exemplar har sålts av Wallanderböckerna.

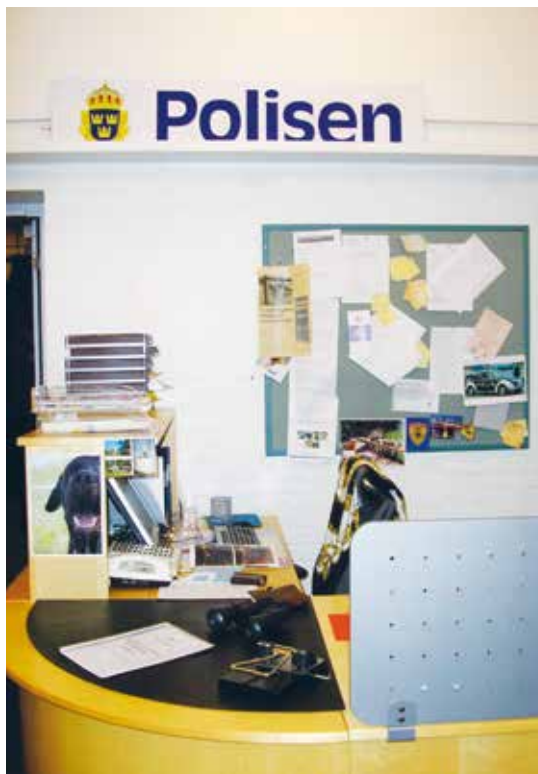
Guidade turer kan ses som en sorts performance och iscensättning av berättelser bortom de litterära berättelserna. Besökaren förväntar sig vissa ingredienser när det finns organiserade visningar. Olika guider har visserligen olika infallsvinklar och berättar på olika sätt om ”sina” besöksmål. Ofta förekommer en dialog mellan guide och besökare, en interaktion, som gör att olika guidade turer kan se olika ut. Men många guider har ett givet stoff som ska förmedlas. Inte sällan traderas detta stoff mellan guidegenerationer. Guidningarna kombineras ofta med ett anekdotiskt berättande, ofta genom en koppling mellan person och verk. Detta kan skapa utrymme för besökarnas frågor, och turisternas personintresse fungerar ofta som pedagogiska ingångar till ytterligare information om författaren (Meurling 2006). På så sätt kan dessa turer i Ystad i viss mån betraktas som ”klassiska”. Vi känner igen delar från till exempel de engelska vandringarna som beskrevs ovan. Guidade turer består av flera olika ingredienser och de kombineras på olika sätt i olika turer, beroende på vad som ska berättas, vem som berättar, vad som ska förevisas och vem som förväntas delta.²⁴

När vi kommer in i själva studion välkomnas vi av guiden som säger att det nu är dags att besöka ”Kurt och Nyberg”, den senare är kriminaltekniker på polisstationen och i rättsmedicinska laboratoriet. ”I filmerna har det flyttat



*Wallanders lägenhet
uppbyggd i Ystad
Studios.*

från Kristianstadvägen till Regementets område”, står det i broschyren. På polisstationen uppmanas vi av guiden att sätta oss i Kurts kontorsstol bakom hans skrivbord och ta foto på varandra. Vi får en stund på oss att kika runt på polisstationen och många passar på att provsitta kontorsstolen, dra ut lådor i hurtsen och fotografera varandra i denna Wallandermiljö, precis enligt uppmaningen. Samtidigt som vi passerar regissörsrummet kommer guiden in på manusarbetet, och guiden betonar att detta, att arbeta som regissör, inte är det minsta glamoröst utan hårt slit. På dörren till regissörsrummet finns ett anslag om vilka som regisserat de 13 filmerna. Vi får veta att arbetet börjar med att ”Henning” skriver ett utkast som sedan utvecklas av flera medförfattare. ”Henning tyckte det var en bra idé att filmatisera historierna om Kurt”, säger guiden, och det personliga förhållandet till både författaren och den fiktive huvudrollsinnehavaren understryks av att förnamnen används. Det här förekommer som sagt ofta på författarvandringar och det var tydligt ovan i Agatha Christie-exemplet (se andra exempel hos Kaijser 2002, Meurling 2006). Ett annat sätt att visa hur nära personalen på Cineteket och turistbyrån står den berömde författaren är att berätta att Mankell köpt en skänegård nära Ystad, men att de lovat honom att inte säga var ... Att det hela sker i en sorts samförstånd betonas och blir ett sätt att legitimera verksamheten och



Polisstation uppbyggd på Cineteket.

visa att dialog pågår. Det visar också hur lätt det är att se att det finns en relation mellan Mankell, Wallander och Ystad.

Under studiovandringarna pendlar guiderna mellan att nämna vad som tas upp i böckerna respektive i de olika filmatiseringarna, precis som i broschyren. Däremellan berättas en del om Henning Mankell, men inte så mycket. Den återhållsamheten markerar paradoxalt nog en sorts intimitet. De har ju lovat att inte berätta...

I studion går vi vidare till den uppbyggda lägenheten och frågan om Mariagatan 10 eller 11 kommer upp. Guiden förklarar omsorgsfullt, medan vi står utanför den vita dörren med Wallanders namn på, vilka scener som tagits på plats och vilka som tagits i studio. Innanför dörren i lägenheten möts vi i hallen av post adresserad till Kurt Wallander. På väggarna hänger de i böckerna omtalade landskapsmålningarna med eller utan tjäder som Wallanders far målat i parti och minut. När vi kommer in i Kurts – för det är så han benämns här och vi är med på den intimiseringen eftersom vi nu är i hans hem

– vardagsrum sätter guiden på en cd med operamusik för att skapa den rätta atmosfären. I vardagsrummets bokhyllor ligger reklammaterial från Mankells nuvarande förlag, Leopard, som en sorts länk och påminnelse om en annan verklighet: förlaget som säljer böckerna som hela tiden omnämns i upplagesiffror. Guiden pekar ut produkter som exponeras i rummet och som använts för produktplacering i filmerna: en platt-tv från den lokala firman Hugossons och mineralvatten från Malmbergs. Vi får även veta att Saab-bilar har använts i filminspelningarna. Vi får däremot inte veta hur Mankell, som annars är restriktiv vad gäller saluförande av produkter, ställer sig till produktplaceringarna i filmerna. På soffbordet framför den slitna skinnsoffan står den obligatoriska whiskyflaskan. På framsidan av *Ystads Allebanda*, som ligger på bordet, finns artikel och bilder som hänger samman med det fall som är aktuellt i filmen *Mastermind*. Den aktuella upplagan av *Ystads Allebanda* är specialgjord för filmen. I bokhyllan finns barndomsbilder av dottern Linda och en

betydligt yngre Kurt, men också ett foto av Linda som nyutexaminerad polis. Då och nu, verklighet och fiktion blandas till en tät väv. På nattduksbordet i sovrummet ligger en skönlitterär bok och pappersnäsdular, precis som om Kurt Wallander bara är ute ett tag. Guiden berättar att det i garderoben finns spår av blod från inspelningen av filmen *Mastermind*. En av besökarna öppnar garderoben och vi ställer oss på kö för att titta in i den i tomma garderoben där vi möjligen ser lite rosa spår efter blod. Hon påpekar att det är grisblod som används i filmerna. Guiden avslutar visningen med att be oss gå runt ”i Kurts lägenhet och se hur han har det”. Hon hoppas att vi fått lite insikter i ”filmens värld” och att vi förstår att mycket i filminspelning är ”på låtsas”. Att berätta om grisblodet är ett sätt att visa hur det rent praktiskt arbetas med film för att skapa realistiska scener och de produktplacerade varumärkena ett sätt att visa att filmerna ingår i ett större ekonomiskt sammanhang. Vi rör oss på flera nivåer under turen: ibland ska vi vara i fiktionen och känna hur det är att vara Kurt Wallander när vi sitter i hans kontorsstol eller att vara gäst när vi hälsar på i hans lägenhet, det vill säga den fiktive poliskommissariens privata lägenhet. Ibland ska vi ta ett steg ur fiktionen och inte bara se hur Henning Mankell inspirerats att skriva som han gjort utan också hur filmmakarna arbetat för att skapa en spänningsfylld film. I vissa situationer ska vi försöka förstå hur olika sorters fiktion skapas medan vi vid andra ska ha förmåga att gå in i fiktionens värld. Låt oss återkomma till detta senare.

WALLANDER I LANDSKAPET – EN BUSSTUR

Ovan skriver jag att detta är branscher i ständig rörelse. I Ystad presenterades 2010 en applikation för mobiltelefon för den som vill göra en egen resa i Wallanders spår. En annan guidad tur som tillkommit under senare år är bussutflykten *Wallander i landskapet*. Eftersom jag menar att Wallanderturismen i så stor utsträckning handlar om att marknadsföra landskapet väljer jag här att följa en av turerna. Jag själv har åkt ett par olika. Just denna åkte jag efter att den stora turistsäsongen tagit slut 2010 och hösten gjorde sig ganska rejält påmind. Trots det var bussen halvfull. Ett gäng sjukgymnaster från Stockholm deltog i en konferens i Lund där bussturen ingick som ett socialt evenemang men också var något som deltagarna själva önskat efter att ha hört talas om Wallanderland. En annan som hört att den fiktive polisen Kurt Wallander fått en stor roll i det verkliga livet var Göran Rosenberg som arbetade med en reportageserie om svenska politiska landskap. Han och en filmare från TV4 var också med. Programmet presenterades på TV4:s hemsida:

Wallanderland kallas den pastorala idyll i Ystad med omnejd som gång efter annan visar sig gömma de ondaste krafter. Ganska ofta kommer hoten utifrån, som i den senaste och troligtvis sista Wallander-boken – ”Den orolige mannen”. Frågan är om detta politiska landskap – drömmen om ett svunnet svenskt paradiset, folkhemsnostalgin – spelar någon roll i svensk politik? Myten om det oskuldsfulla Sverige.²⁵

Vi fick inga svar på frågan i reportaget och jag kan förundras av hur sällan den frågan ställs i Turistsverige. Vad är det egentligen för bilder av Sverige som förvaltas och lanseras? Och hur kan en genre där så makabra saker händer vara så populär och till och med locka besökare?

Bussutflykten utgick från S:t Knuts torg mitt i Ystad där både turistbyrån och konstmuseet huserar. I bussen fanns två små dvd-skärmar med symboler för nio filmklipp ur olika Wallanderfilmer. Guiden presenterade sig och berättade om upplägget. Det skulle komma att visas filmklipp vid respektive inspelningsplats och halvvägs, någonstans ute i landskapet, skulle det bli kaffe och kaka, en given ingrediens i längre guidade turer. När bussen körde runt Ystad Studios och vi kom på baksidan berättade guiden att den gula container som stod där användes i filmen om insmugglade flyktingar. Denna berättelse ingick också i den studiovandring som fanns så länge Wallanderfilmerna främst spelades in i studio, det vill säga när lägenheten fanns kvar. Så följde berättelserna om inspelningsplatserna för de olika polisstationerna men också om Wallanders olika hem. I filmerna med Lassgårds Wallander var det Ystads ”riktiga” polisstation som användes för exteriörinspelning, medan interiörerna spelades in i studio i Trollhättan. I de sista, eller ska vi säga senaste, 13 Henrikssonfilmerna är det Ystads järnvägsstation som är polisstationen. I Branaghfilmerna får badhuset vara polisstationen exteriört och restaurang Vendel Ale Stenar på Österlen interiört. Diskussionen om Wallanders olika hem fortsatte under turens gång. Liksom i studiovandringarna var det första filmklippet under bussturen ur filmen *Mastermind*. Wallander är där i sin lägenhet när han upptäcker att någon bytt ut fotografiet av Linda, det foto vi såg under studiovandringen. Han inser plötsligt att någon måste ha varit i hans lägenhet, rusar ut ur lägenheten och in i lägenheten mitt emot. Det föranleder bussen att köra in på Mariagatan som blir första busstoppet och vi får ta del av ännu fler berättelser om de olika adresserna. Nu började Henning Mankell allt oftare bli ”Henning” för guiden.

Vid andra busstoppet sa guiden plötsligt: ”Där kom förresten Henning Mankells assistent körande förbi. Bara en parentes.” Det skulle mycket väl ha kunnat ingå i det manus som är underlag för guidningen som ett sätt att

illustrera det guiden senare kommer att prata om – filmteamets och filmproduktionens självklarhet i Ystad. Det kan också ha varit en spontan kommentar. Det ingår i genren att vi inte säkert vet – om än en auktoriserad guide av detta slag är en sorts garant för trovärdighet. Vi vet alla att huvudpersonen vi följer är påhittad, varför det ingår i spelets regler att gå in för fiktion. ”Men viktigast är förstås Fridolfs konditori”, fortsatte guiden och berättade om konditoriets roll i böckerna. Där äter Wallander ”sillmacka, som vi säger här nere i Skåne”. Hon berättade att det serveras en polisblå Wallanderbakelse på konditoriet men avstod från historien om namndiskussionen och betonade i stället att Wallander *inte* ätit den och sa därmed att den inte ingår i böckerna eller filmerna... Olika autenticitetsnivåer verkar här, liksom i de andra guideade turerna. Denna guide markerade distans till bakelseberättelsen, den som återkommit i så många berättelser under några år. Kanhända beror det på en medvetenhet om risken med förslitning av vissa återkommande berättelser, kanske var det ett sätt att hävda just en annan autenticitet. Bakelsen har faktiskt inte förekommit i vare sig böckerna eller filmerna. Det får mig i alla fall att fundera på hur länge berättelser kan berättas.

Filmklipp två var ur *Hämnden*, den första filmen i den andra filminspelningsomgången med Krister Henriksson som Wallander, och bussen började rulla igen. Det var lite förvirrande att se på den lilla bildskärmen i dagsljus medan bussen rullade samtidigt som det var så lockande att titta på det ”verkliga” landskapet. Men jag tolkar det som att filmklippet var ett sätt att försöka få oss i filmstämning, att få oss att känna och tänka landskap och inte bara se. Det jag först tänkte var att ett nytt sätt att arbeta turistiskt snarare egentligen var ett sätt att ta tag i en klassisk genre. Vi som satt på denna buss och tittade ut över det skånska landskapet gjorde delvis detsamma som bussresenärer gjort sedan 1950-talet när man rest ut i världen. Skillnaden är att vi känner detta landskap, även de som tidigare inte besökt Österlen rent fysiskt, på ett annat sätt än under femtioalet när bildningsresorna till utlandet med buss expanderade och lockade nya resenärer. Här blir i stället fiktionen redskapet för att exotisera. Vi reser både mentalt och i det fysiska landskapet, såsom man alltid reser, men här tar vi till andra tekniker och kan därmed, förhoppningsvis, se nya saker.

Men jag går händelserna i förväg: Vi hade ännu inte lämnat staden och kom ner mot hamnen och in på stationsbyggnadens baksida. Den byggnaden har använts både exteriört och interiört som polisstation i Henriksson-filmerna och har varit produktionskontor i perioder när det varit för trångt i studion. Verksamheten i huset har tidvis varit stor och skiftande och guiden menade att det handlat om sann ”mixed reality”, ett begrepp som liksom ”on

location” blivit honnörsord för de initierade under de senaste åren. Guiden berättade en anekdot från inspelningen av den engelska versionen av *Den femte kvinnan* som delvis försiggick just på en av perrongerna och som handlade om Ystadbornas vana vid pågående filminspelningar.

Det berättades också om polisinspektör och Ystadspolisens informationsansvariga Ewa-Gun Westford och hennes tjänstvillighet vad gäller filminspelningarna. Dels har hon betytt mycket för arbetet genom att underlätta filminspelningarna, till exempel när filmerna behövt avspärrningar, får vi veta. Dels har hon instruerat skådespelare. Hon har lärt skådespelare i både de svenska och engelska filmteamen hur en svensk polis bär ett vapen eller hur man skjuter (även t.ex. *Skånska Dagbladet* 8/7 2010). Vi fick höra en anekdot om hur Westford sagt att Henriksson i början bar pistolen som om det vore en handväska och vid ett flertal tillfällen kom guiden in på den välvillighet och till och med hjälpsamhet filmteamet på olika sätt mött från Ystadbor. Många har varit och vill vara statister och teamet har stött på många andra sorters engagemang vid filminspelningarna. Berättelser om Ewa-Gun Westford återkom under turen och guiden sa att Westford egentligen är ganska lik Kurt Wallander, vilket hon själv berättat i intervjuer. Fiktio och verklighet drar varandra.

Vi lämnade stadskärnan och började köra västerut längs kustvägen och kom in i de landskap som lanseras genom Oresund Film Commission. Guiden berättade att Skåne har 40 mil kust och sandstränder, vilket förundrade det engelska filmteamet som fann än den ena, än den andra stranden helt öde. Det är helt förklarligt eftersom det till stor del var andra säsonger än sommar när inspelningarna genomfördes. Vi stannade i den östra delen av Svarte, ett litet samhälle väster om Ystad, utanför det hus som filmteamet hyrde för filminspelning i Wallanders nya hem i de senaste filmerna. I den sista boken om Kurt Wallander förverkligar han sin dröm, flyttar till ett eget hus vid havet och skaffar hund. Studiolägenheten tömdes och rekvisitan fick flytta med till Svarte. Bara enstaka rekvisita är ny, till exempel tubkikaren, sa guiden, och den införskaffades för att ”Kurt” skulle kunna titta på fåglar nu när han bor vid havet. Ja, vad hände då med Wallanders lägenhet i filminspelningsstudion? Även i de nya filmerna som inte är baserade på böckerna hade Kurt Wallander gått vidare i livet. Den fiktive Wallanders ”riktiga” möbler kom alltså nu att figurera i ett nytt sammanhang... Skulle man kunna tala om en äkta flytt?!

Guiden sa att familjen som hyrde ut huset var där just när vi kom på vår busstur, vilket gjorde att vi inte stannade precis intill huset. Återigen fick jag den där känslan av att inte veta vad som är riktigt sant. Är det kanske framför allt ett sätt att få oss deltagare att ta det försiktigt och inte störa i den lilla

idyllen? Guiden berättade att Wallanders hund Jussi lånades ut av en lokal kennel och att hon, som i filmerna är en hanhund, just nedkommit med valpar. En av valparna hade fått namnet Jussi. Vid ett Wallanderseminarium i Ystad hösten 2010 berättades samma historia men ännu lite utökad: en av de andra valparna fick namnet Yellow Bird. Verklighet och fiktion blandas – igen. Favoritberättelser av detta slag är en del av *storytelling* men också ett sätt att göra det hela familjärt, lokalt och igenkännbart – kort sagt en fråga om intimisering. Intimisering sker således på många sätt, till exempel mellan guide och författare och mellan guide och besökare men också mellan verk, bok eller film, och platsens människor.

Filmklipp tre var även det ur *Hämnden*. Bussen körde mot Mossbystrand som haft en stor betydelse för Kurt Wallander, sa guiden. Dessförinnan passerade vi den plats som utgjort den engelske Kurts pappas, som där heter Povel istället för Carl, hem som är beläget vid Skarviken längs den västra kuststräckan. Guiden läste ur *Villospår*. Vi fick på bildskärmen sedan se hur det brittiska filmteamet tolkat scenen i rapsfältet i filmen *Sidetrack*. Inspektorn på Charlottenlund, godset vars mark man lånat, hade varit mycket samarbetsvillig och ställt rapsfältet till filmteamets förfogande. Raps är en av de grödor som växelodlas och just vid inspelningen var det detta fält som användes. Guiden sa att inspektorn var mycket stolt över att ha lyckats sätta eld på ett blommande rapsfält, en central scen både i boken och i filmerna. Längs vägen berättade guiden vem Kenneth Branagh är, liksom hans fotograf, som också filmat *Slumdog millionaire*. Vi körde genom flera mindre byar och guiden fortsatte att varva berättelser ur böckerna med historier om de olika filmerna och dess rollinnehavare och vad som skulle kunna betraktas som mer allmän turistinformation.

Efter Mossbystrand vände bussen och körde genom Ystad igen, där vi gjorde en kort kafferast vid vattentornet varifrån en stor del av landskapet kunde beskådas. Så kom vi in i den östra slingan för att se inspelningsplatser lokaliserade öster om Ystad. Guiden berättade om spekulationerna kring namnet Kurt Wallander. I samma veva sas att det var ett riktigt rån av ett lantbrukarpar som upprörde Mankell och som inspirerade honom att skriva den första boken om Wallander – här anar vi en författare med socialt patos. Medan bussen körde via Öja, St. Herrestad och vidare tog berättelserna om Kurt Wallanders liv över. Guiden berättade om Kurts skilsmässa från hustrun Mona och om hans relation till dottern Linda. För att ackompanjera berättelsen visades ett filmklipp där Linda har en framträdande roll när vi kom till Svenstorp. Det är inspelningsplatsen som visas. Vi ser filmklippet men vi kan också titta ut genom bussfönstret och se just den platsen, men då i ett annat sammanhang.



"Mordplatsen" i Hagestads naturreservat.

Vi kom till Munka Tågarp, Glemmingebro och Ingestorp, små skånska byar, alla igenkännbara från de olika filmerna. Guiden berättade om en trendig och bra restaurang, inhyst i en före detta bilverkstad, som filmteamet upptäckte och där de ofta åt men där en del scener också spelades in. Här berättades om filminspelningsplatser som blev en sorts platsmarknadsföring där lokala entreprenörer premierades. Det kan också ses som en partsinlaga i diskussionen huruvida regional filmproduktion kommer regionen till godo eller inte.

Valleberga kyrka blev nästa stopp och filmklipp. Vi skulle passera Löderup där Kurt Wallanders far är bosatt i böckerna. Mankells beskrivning är inte given att följa, påpekade guiden. "Välj själv vilket ni tänker är hans hus", sa hon och lite blir det som att stå vid grindarna till Menabilly/Manderley. I *Pyramiden* görs en vägbeskrivning som är ganska allmänt hållen. Guiden berättade om Wallanders far och vi fick se ett filmklipp där skådespelaren Lassgård besöker Ernst Günther som spelar Carl och möts av ord och inga visor. Bilden av den självupptagne medelålders kommissarien med problematiska relationer bekräftas.

Vi nådde Backåkra. Guiden pendlade mellan att benämna Kurt Wallander med för- respektive efternamn. Vi körde ner i Hagestads naturreservat och

nådde till slut platsen för mordet. Vi fick gå av bussen och ner till havet efter att ha sett filmklipp ur *One step behind*. Guiden sa att det här betraktades som en ödestrand av det brittiska filmteamet. Vi som varit där en sommardag vet att det definitivt inte är en ödestrand. Trots att det var ganska kallt och blåsigt lyste solen denna eftermiddag upp havet, som blev djupgrått på grund av de kringliggande molnen. Tillbaka vid bussen visade guiden senaste numret av *Magasinet Skåne* som just publicerat ett stort uppslag om Wallanderland.

På vägen tillbaka genom Hagestads naturreservat berättade guiden om Henning Mankells sociala patos. Så kom då en berättelse som jag undrat vart den tagit vägen, eftersom det brukar betonas när det talas om Henning Mankell. Det nya var engagemanget i *Ship to Gaza* och att Mankell suttit fängslad ett kort tag. Hon berättade vidare att Mankell mötte Branagh hemma hos Ingmar Bergman, Mankells svärfar, på Fårö och att samarbetet då inleddes. Så kom flera Wallanderberättelser som avslutades med att ”vi som läst *Den orolige mannen* vet ju att det är den sista boken”. Därefter följde berättelser om Dag Hammarskjöld, Ale stenar och Hammars backar, så kallat turistiskt allmångods, och ett sista filmklipp. Här görs inga direkta kopplingar mellan till exempel Hammarskjöld och Mankell eller Wallander, utan här blir vi en del av en klassisk turistguidning. Vi passerade Nybrostrand och nådde slutligen Cineteket igen efter drygt tre innehållsrika timmar. Bussturen avslutades med att guiden hoppade av vid Cineteket och visade siluettbilden av Krister Henriksson med pistol i högsta hugg som finns på väggen till Ystad Studios, en gåva från filmbolaget Yellow Bird. ”Nu håller han inte längre pistolen som en handväska”, sa guiden och visade på den utveckling som skett med skådespelaren Krister Henriksson i rollen som Kurt Wallander.

De olika turerna i Wallanders spår påminner i flera delar om vandringar och guideade turer som jag beskrivit exempelvis från England. Vi kommer att känna igen andra saker i de kommande delstudierna och i kapitlet om Astrid Lindgren kommer jag att diskutera detta vidare.

EN EXPANDERANDE DECKARTURISM

Som jag nämnt ovan tillkommer få satsningar i ett vakuum. I en artikel i *The Observer* sommaren 2006 görs kopplingar mellan kriminalkommissarierna Kurt Wallander och Endeavour Morse och mellan städerna Ystad och Oxford. Där berättas att alltsedan författaren Colin Dexters fiktive Inspector Morse dog 2000, när den icke-utbytbara skådespelaren John Thaw avled, har man letat efter en ny Morse som britten skulle kunna ta till sitt hjärta: ”The hunt may be over thanks to a small Swedish town whose crimes are solved

by opera-buff diabetic Kurt Wallander” (Smith & Sharp 2/7 2006). Detta var medan Yellow Bird, filmbolaget i Ystad, fortfarande diskuterade en gemensam Wallanderproduktion med BBC och det spekulerades en del i vem som skulle kunna tänkas spela Wallander, huvudpersonen i Henning Mankells bästsäljande deckare. Den kände engelske karaktärsskådespelaren Kenneth Branagh, som så småningom kom att spela Kurt Wallander i de engelska filmatiseringarna, nämndes inte. Artikeln avslutades med ”Ystad versus Oxford”. I slutet av 2008 hade engelska *RadioTimes* Kenneth Branagh på framsidan med rubriken ”Inspector Norse” i versaler, följd av: ”Kenneth Branagh tells RT why he’s turned Swedish detective.” Det står också att det är ”[t]he hottest new detective drama of the year”. 2011 vann Wallanderfilmerna med Krister Henriksson i huvudrollen det brittiska priset *The Crime Thriller Award* för bästa utländska kriminaldrama.

Henning Mankells gestalt Kurt Wallander skulle kunna sägas vara en svensk motsvarighet till internationella exempel som Dexters gestalt Morse. I båda fallen bygger bara en del av filmatiseringarna på böckerna, men karaktärerna har utvecklats och lever vidare i filmatiseringar där författarna utformat synopsis. Filmatiseringarna har gjorts lokalt, det vill säga i Ystad- respektive Oxfordtrakten, och båda har haft stor internationell framgång. Sommaren 2005 påbörjades inspelningen av en fortsättning på serien med Morses assistent Lewis i huvudrollen. Morse själv lever inte längre och frågan är vad som händer i Ystad efter att Wallander börjat bli senil i senaste boken av Mankell. Turistchefen i Oxford menar att var femte turist kommer till regionen med filmer som främsta referens (Lind 2006). Om de kommer för att många filmer spelats in i Oxford eller på grund av Inspector Morse är oklart men flera studier om litteratur- och filmturism visar att skälen ofta är flera. I båda fallen har städerna redan tidigare dragit turister och har alltså turistattraktioner som är möjliga att bygga vidare på i exempelvis guidade turer. Det finns en vana vid att hantera turister och upparbetade nätverk lokalt vilket ofta spelar roll för att snabbt hantera nyuppkomna situationer. Turismbranschen är trendkänslig och ibland är det tvära kast. Långsiktighet ska kunna kombineras med uppfinningsrikedom och lyhördhet.

Det finns många andra likheter i hanterandet av turism i spåren av kriminalromanerna och filmatiseringarna, med den skillnaden att resor i spåren efter Morse har en betydligt längre historia och är mer utarbetade. I broschyren *Oxford. Official Guided Walking Tours 2009* finns bland annat en *Inspector Morse Tour* som visar hur man kan följa i tv-detektivens fotspår (inte olik *I Wallanders spår*). 13 av de 33 tv-avsnitten om Inspector Morse är baserade på Colin Dexters romaner. Hans första bok *Last Bus to Woodstock* publicerades

1975 och den första filmatiseringen med karaktären Chief Inspector Morse gjordes 1987. De flesta avsnitten är skrivna direkt för tv och samtliga utspelas i Oxfordtrakten. Serien har varit otroligt populär såväl i Storbritannien, där den producerades mellan 1987 och 2000, som i USA och Sverige. Serien har visats i svensk tv åtskilliga gånger och har på många sätt kommit att bli sinnebilderna av engelsk deckar-tv-serie. Bokhandlarna i Oxford har flera olika Morsehandböcker. En av dem, *The Oxford of Inspector Morse and Lewis*, beskrivs som den auktoriserade och är skriven av Bill Leonard 2008, med förord av författaren Colin Dexter.

I takt med att det skapas handböcker och guider kopplade till litteratur vars författare fortfarande lever är det inte ovanligt att de auktoriseras av just författaren. I vissa fall skriver författarna själva introduktioner. Ett exempel är den skotske deckarförfattaren Ian Rankin som skrivit *A Personal Journey* till sin fiktive kriminalinspektör Rebus 2005). Romanerna om Edinburghpolisen John Rebus – 16 böcker sedan debuten 1986 – har gjort Ian Rankin till Storbritanniens bäst säljande deckarförfattare, översatt till 26 språk. Flera av böckerna har blivit film, och många läsare vallfärdar till Edinburgh för att vandra i kommissarie Rebus fotspår (*Sydsvenska Dagbladet* 25/11 2006). Det finns särskilda "Rebustours" som tar turisterna till platser som förekommer i böckerna. En av de viktigaste hållpunkterna förefaller vara stamstället The Oxford Bar på George Street, dit kommissarie Rebus går för att släcka törsten med några pint IPA (Indian Pale Ale) och en skvätt av favoritwhiskyn Laphroaig. Har man tur kan man till och med möta författaren Rankin som ibland kommer till puben, som finns på riktigt, som en helt vanlig gäst. Rankin har dessutom en egen hemsida där det finns en guide till Edinburgh för nedladdning, Rebusquiz och mycket mer.²⁶ Författare som själva involverar sig i guidade turer, uppbyggnad av museer och framför allt i interaktion med sina läsare kommer jag att diskutera lite längre fram i boken.

I serien "Pitkin Guides" finns inte bara



Skylt på Inspector Morses favoritpub i Oxford.

en guide om Morses Oxford utan också en guide till "The World of Sherlock Holmes" och en till "The World of Dickens". Till "Morse Oxford Guide" följer en cd med "Morse Music Favourites". De skriftliga Morse-guiderna är annars lika varandra såtillvida att de följer den fiktiva gestalten och uttrycker sig som om han fanns på riktigt, "han brukar ses vid...", "hans favoritpub är..." och så vidare. Mycket liknar hur man arbetar med vandringar och guidade turer även på andra håll, bland annat i Ystad. Lokalt finns en vana vid turister sedan tidigare och genom skapandet av dessa fiktiva vandringar ges de nya besökarna en chans att fördjupa sin kunskap om respektive stads kulturhistoria på olika sätt. Turerna kan alltså vara värda att följa då de som skulle kunna tänkas gå dem redan kan det mesta om de litterära gestalter de vill följa. I de guidade turerna, såväl i Oxford som Ystad, berättas det om de fiktiva gestalterna och hur de rör sig både i böckerna och i filmatiseringarna, men det berättas även om respektive stads speciella sevärdheter.

WALLANDER GÅR VIDARE

Ja, det är uppenbart att mycket har hänt i Ystad och att man lyckats locka många fler besökare till staden genom Wallandersatsningarna. Ett sätt att mäta genomslag är att räkna internationella publiceringar, och Ystad förekommer som redan visats en hel del i internationell press. I en artikel i *Newsweek* om hur filmer kan fungera som hjälp att fylla städers tomma hotell nämner journalisten Christopher Werth inte bara hur han lärde känna London via film och hur *Da Vinci-koden* och *Sagan om ringen* lockat horder av turister, utan även hur en liten svensk stad som Ystad lyckats "placera sig på kartan", som det ofta formuleras i platsmarknadsföringssammanhang:

The sleepy Swedish town of Ystad has been happily inundated with devotees of the wildly popular *Wallander* series of crime novels, which have been made into films. The town of 17,000 even opened a film museum that runs regular walking tours of the murder scenes investigated by one of Sweden's best-loved detectives. (*Newsweek* 3/12 2009: "The Places I've Seen")

Arbetet i Ystad har lett till en del samverkan med andra kommunala och privata instanser som vänder sig till besöksnäringen. Ett exempel är *Filmspåret* som innefattar både Cineteket, Ystad Studios, Hasse & Tage-museet i Tomelilla och Regionmuseet i Kristianstad med filmmuseet. I Ystad finns sedan några år tillbaka ett samhällsvetenskapligt gymnasieprogram med inriktning mot CSI ("Crime Scene Investigation").

Ystads kommun har anställt en filmkoordinator vars arbete sedan våren 2008 är att skapa ett filmvänligt Ystad. Film i Skåne har sitt huvudkontor i Ystad numera och de senaste åren har det arrangerats såväl nationella som internationella seminarier om filmturism. Filmutbildningar är ytterligare ett sätt att skapa legitimitet. På regementsområdet finns numera en masterutbildning i filmproduktion. Här har man nytta av Lunds universitets etablerade varumärke. Att ha en filmproducentutbildning kopplad till filmproduktionen är ett sätt att utveckla branschen med förhoppningen att en del av filmarbetarna även stannar på plats, det vill säga att det blir ett sätt att försöka skapa lokal kompetens. Vanligen fungerar inte filmteam på det sättet. De kommer till en plats, gör sitt arbete och försvinner. Det är en stor diskussion i Sverige huruvida de lokala filmcentrumen ska fungera som regionalt utvecklingsinstrument eller inte. Film har alltid befunnit sig mellan konst och industri och den motsättningen har förstärkts i perioder, beroende på hur den politiska spelplanen ser ut. De senaste decennierna har det i Sverige satsats på regional filmproduktion och på fyra regionala filmcentrum för att stärka långfilmsproduktionen i dessa områden: Film i Väst, Film pool Norr, Film pool i Stockholm-Mälardalen och Film i Skåne. Som i alla satsningar påverkar dessa retoriken och argumenten för verksamheten. Vad gäller just dessa satsningar, liksom det mesta i turismväg numera, menar man att de skapar sysselsättning och tillväxt. Man har alltmer vänt sig till näringsliv snarare än till kulturförvaltningar. Nyttargumenten dominerar således över de estetiska. Återigen kan man genom helt olika sätt att mäta komma fram till olika slutsatser. Filmindustrin är som sagt en kommersiell industri: den som betalar mest "får" inspelningen. Filmer som uttalat handlar om en specifik plats eller som uttryckligen spelas in på nämnd plats ses inte sällan som gratis marknadsföring, en insikt som har ökat. Det är ofta så att medier "drar" varandra: en filmatiserad bok har ännu större genomslagskraft än "bara" en film. Det har det funnits medvetenhet om under filmens hela historia – redan tidigt hade medialisering och hybridisering betydelse. När jag skrev min doktorsavhandling om biogående hade jag till exempel tillgång till ett illustrativt programblad till filmen *Klockorna klämtar för dig*. Där presenterades filmen, huvudpersonerna, berättelsen som byggde på Ernest Hemingways bok, centrala scener, de olika svenska upplagorna av boken, följetongen i tidningen *Vårt Hem*, filmmusiken som kunde köpas som noter och på skiva, huvudpersonen Marias frisyra som kunde utföras med permanent och slutligen biografen och filmbolaget. Det visar kraften i det populärkulturella kretsloppet samt hur medier återanvänder och drar varandra.

I Ystad har *storytelling* skett på flera nivåer. Skapelseberättelserna, det vill säga hur arbetet med Wallanderturismen lyckades så väl, är ständigt åter-

kommande. I Ystad har Wallanderturister besökt staden under förhållandevis många år. Ofta lyckas en platsspecifik film hålla i gång turism under kanske fem år, men i Ystad börjar det snart närma sig 20. En förklaring är att såväl boksläppen som filmatiseringarna gjorts successivt och de därmed kunnat arbeta med att utveckla filmturismen efter hand. Det har inte skapat de problem som en stor mängd besökare som kommer på en gång kan skapa. Man har helt enkelt kunnat förnyas gradvis. Det hindrar dock inte att intresset först kom som en överraskning. Cineteket tillkom efter att man på turistbyrån insett behovet. Till turistbyrån kom turister som efterfrågade evenemang och prylar som förknippades med den kringförsäljning som brukar finnas i spåren av författare, böcker och filmer. Då fanns bara studiobyggnaden.

Mina informanter i Ystad gjorde, som tidigare nämnts, försök att göra skillnad mellan litteratur- och filmturister: "Ibland kommer filmturister in och tittar i bokhyllan och säger oj, finns det böcker också om Wallander!" sa den då ansvarige för verksamheten vid Cineteket. "Man kan se det så att filmerna hittar nya läsargrupper." På Cineteket säljs också andra Mankellböcker än de om Wallander. Många frågar efter Mankells involvering i filmerna, hur mycket han varit inne i produktionen, haft synpunkter och så vidare.

Han har ju enormt mycket att säga till om egentligen i hela den här turisticiska utvecklingen. Mycket för att Itta [dåvarande turistchef, min anm.] har den hållningen som hon har vad gäller utvecklingen av Wallanderturismen. Henning har sagt att han inte vill kommersialisera Wallanderturismen, vi får inte göra någon direkt produktutveckling. Vi får inte trycka t-shirts med Wallander eller någonting sådant, utan han vill hålla det till ett minimum. Och det hänger ihop med att han inte vill se Wallander kommersialiserad på det viset. Det fanns den här Fridolfsdiskussionen med bakelserna, där det ställdes på sin spets ...

Jag tycker att det finns en skönhet i att hålla det här på en relativt låg nivå. Jag tycker inte heller att vi ska skapa ett Wallanderdisneyland, du vet där vi ska ha ett t-shirtstånd i vartenda gathörn och säljer tveklaktiga, halvtaskiga produkter och bara kränger grejer. Jag tycker att det finns en charm i att det inte är så tydligt och jag tror också att folk inte vill ha det slängt i ansiktet på sig hela tiden. Särskilt inte de här litteratorturisterna som är lite diskreta.

För den framtida utvecklingen av Cineteket har några eldsjälur funderat på hur de skulle kunna gå vidare. Ett förslag var att ha en utställning med Wallanders fars fiktiva tavlor. Det krävs en produktutveckling, sa de: "Man tycker nästan synd om de turister som kommer hit och så får de inget med sig hem." Skulle

man kunna arbeta med extramaterial som egentligen inte existerar, det vill säga utveckla fiktionen genom att med professionell hjälp göra konstruktionen av filmerna och det runt omkring mer trovärdigt och därmed bygga vidare på dessa koncept? De funderade på olika sätt att bygga vidare på fiktonaliseringen helt enkelt. Bussturen i landskapet är ett exempel på hur de gått vidare från stads- och studioturerna. Idéerna var många. 2007 hade man statistgala då alla statister belönades och det delades ut ett särskilt pris, ”Silverfisken”. Skulle den tanken kunna utvecklas? Skulle företag kunna hyra in sig för en fest i filmens tecken? För dessa entreprenörers del blev det inte mer. De brände ut sig i sitt engagemang och fick det helt enkelt inte att gå ihop ekonomiskt. De hann inte både hålla igång verksamheten och arbeta visionärt och samtidigt se till att verksamheten var ekonomiskt hållbar. Jag har tidigare talat om hur till exempel personmuseer och ting kan slitas ut, liksom berättelser, men hur undviks slitage av personal?

Som med all turism rullar det snabbt. Besökarna fortsätter att komma och andra aktörer tar vid. Fortfarande är Cineteket på regementsområdet den viktigaste besökspunkten för litteratur- och filmturister i Ystad. Hit hittar de flesta efter att ha besökt turistbyrån som ligger mitt i centrala Ystad. Där finns broschyren samt Wallanderböckerna i pocket. Än går det dock inte att köpa till exempel Wallanders favoritmusik på cd.

Klassiska former som olika sorters guidade turer fungerar fortfarande väl även om de tenderar att ta sig andra former, inte minst därför att tekniken tillåter det. Via sin mobiltelefon går det att ta sig runt i Ystad med hjälp av Krister Henrikssons guidning. Det har utformats en applikation som gör det möjligt att komma åt Wallanderbroshyren via sin iPhone eller smartphone. Via GPS kan man se en karta och få veta avstånd men också ta del av lokal information, ständigt uppdaterad till skillnad från broshyren som i vissa bemärkelser är gammal så snart den är tryckt. Besökare kan lyssna, läsa, se bilder och instrueras på ett relativt enkelt sätt.

Kommunens marknadsstrateg fortsätter att arbeta nära Henning Mankell som numera dessutom har en ”global koordinator”.

REGIONAL FILMPRODUKTION

I en hel del av det som skrivits om filmturism under 2000-talet förefaller det råda konsensus kring att marknadsföring av filmdestinationer har positiva ekonomiska konsekvenser och därmed gynnar de enskilda platserna så länge man lockar turister.²⁷ Produktionen av de första 13 Wallanderfilmerna var ett av de största film- och tv-projekten någonsin i Skandinavien (Krona 2006). De



*Det för
engelsmännen
exotiska skånska
landskapet
exponeras tydligt i
filmerna.*

regionala myndigheterna och näringslivet tog tillfället i akt att förknippas med filmproduktionen och det stora allmänna Wallanderintresset i syfte att öka turismen. De nådde framgång långt över förväntan. Succén hänger uppenbart ihop med kopplingen till Ystad och det omgivande Österlen (Lind 2006, *Film i Skåne* 3/06). Det skånska landskapet exponeras som visats tydligt i filmerna och synliggörs som en besöksvärd plats genom fiktionen.

Film i Skåne och Oresund Film Commission gavs i uppdrag av sina finansierare att genom sin verksamhet utveckla det nedlagda regementsområdet via Ystad Studios. Tidigt formulerades även att Wallanderfilmerna skulle distribueras internationellt. Stora, riktade satsningar har gjorts 2007, 2008 och 2009 då Visit Sweden, Tourism Skåne och Ystads kommun aktivt arbetade för att marknadsföra Mankells Wallander i Tyskland och 2009 i Storbritannien. De statliga tyska tv-kanalerna visade Wallanderfilmer och turistbroschyrer om Ystad och Skåne distribuerades med tyska dagstidningar.

Egentligen kan vi tala om en sorts globalisering här, det vill säga en sammankoppling av det globala och det lokala: i Ystad har de sett hur man arbetat på andra håll i världen och kopplar det till det regionalt specifika men i vissa fall också det nationella. Att film dessutom är ett sätt att marknadsföra Sverige förefaller det råda konsensus kring. Många mediebranscher samverkar med varandra, det vill säga att det finns en sorts intermedialitet närvarande hela tiden. I den värdering och prognos som konsultbolaget Cloudberry Communications genomförde på uppdrag av Region Skåne, Position Skåne och Oresund Film Commission räknade man uttalat med det. I rapporten skrivs det uttryckligen att hur Wallanderfilmerna än tas emot kan de antas bli framgångsrika eftersom de kopplas samman med Henning Mankells internationella bästsäljande kriminalromaner (Lind 2006). Man finner att ”värdet av exponeringen av Skåne i Wallanderfilmerna uppskattas till 584 miljoner kronor” (Lind 2006:3). Det finns mycket att reagera på i denna rapport, bland annat olika förenklingar, samtidigt har det säkert inte ingått i uppdraget att nyansera. Siffrorna som presenteras kan delvis ses som fiktiva eftersom ingen kommun skulle köpa reklam i denna omfattning (jfr Falkheimer & Thelander 2007). Grundfrågan i rapporten är emellertid hur man kan värdera exponeringen av en region genom film. Att Wallanderfilmerna kommit och kommer att öka intresset för böckerna (eller att läsare av Wallanderböckerna lockas att se filmerna) och Skåne ifrågasätts eller nyanseras inte. I rapporten jämförs med andra filminspelningsplatser och deras betydelse för turismen. Film i Väst har haft stora framgångar och har blivit ett begrepp i filmsammanhang men har inte haft någon större effekt på turismen, vilket däremot Filmpool Nord haft till viss del. När Mikael Niemis bok *Populärmusik från Vittula* kom ut ökade turismen i Pajala, i synnerhet från och med 2004 när filmen kom (Sillanpää 2004). Denna sorts konsultrapporter ligger bakom många regionala storsatsningar och blir ett sätt att legitimera liknande investeringar (se vidare O. Hedling 2010a). Det finns flera faktorer som underbygger engagemang av detta slag. Det kan vara att EU eller andra storskaliga investerare satsar medel men också att forskare och universitet ger legitimitet genom sin forskning och genom att anordna tematiska konferenser. Den första Daphne du Maurier-festivalen jag deltog i föregicks som vi såg av en vetenskaplig konferens om du Maurier. De senaste åren har det hållits Wallanderseminarier i Ystad som följts av en internationell filmturismkonferens. Kring Astrid Lindgren finns det både nationella och internationella konferenser av olika slag, bland annat en som anordnas vartannat år i samarbete med exempelvis Vimmerby kommun och Astrid Lindgrens Näs, då man delar ut ALMA-priset, ett välrenommerat litteraturpris till Astrid Lindgrens minne.²⁸

FILMPRODUKTION SOM PLATSMARKNADSFÖRING

Våra skiftande erfarenheter, såväl medierade som mer direkta, spelar stor roll för vår tolkning av rummet. Rum skapas genom bruk och genom olika medieerfarenheter som kan få brukaren att reflektera över vilken plats som är ”den rätta” att besöka. En plats kan presenteras, paketeras och marknadsföras på så många sätt. Är det möjligt att se Wallandersatsningarna i termer av hur platser *produceras*, och därför fråga sig vilka strategier som är i funktion när en viss plats förvandlas till en sevärdhet eller en plats att uppmärksamma på kartan? Estetisering av platser i syfte att genom affärsutveckling skapa mervärde har blivit en allt viktigare del för lokala entreprenörer inom turismbranschen och i detta mönster passar Wallandersatsningarna väl in (Kotler 1999). Genom att ge en plats en särskild aura lockas investerare att investera, människor att bosätta sig där och fler besökare att komma (jfr t.ex. O'Dell 2002, Ek & Hultman 2007). Filminspelningarna och intresset för Henning Mankells romanfigur Kurt Wallander i Ystad är ett bland flera aktuella exempel på ekonomiska synergieffekter mellan litteratur, film och turism (exempelvis Frost 2006, Jones & Smith 2005, Tzanelli 2004, Thompson 2007). Regionalt producerad film ses allt oftare som en betydelsefull tillväxtfaktor, men också som en del av upplevelseindustrin. Filmturismforskaren Susan Beeton menar att filmturismen har gjort det som en gång var smal litteraturturism till massturism (2005). I platsmarknadsföringen under senare år verkar filmvärlden till och med fungera som metodologisk förebild (Busby & Kloug 2001). Framför allt menar många att destinationer som exponerats i medier lockar fler turister än andra destinationer (t.ex. Hudson & Richie 2006). Att satsa på filminspelningsplatser och filmrelaterade attraktioner ökar platsens dragningskraft vilket leder till att det lokala näringslivet påverkas positivt och detta leder till ökad lokal identitet och att stadens invånare blir mer stolta över sin stad, menar man. Exempelen är många och vissa framgångsrecept återkommer: filmkartor, guidade turer och paketerbjudanden. Detta betyder dock inte att alla filmsatsningar lyckas (se vidare O. Hedling 2010b). Som med alla turismsatsningar krävs samordning, lokal förankring och en mängd andra samverkande faktorer. Det är viktigt att ha gemensamma mål, inte bara kopplade till det ekonomiska, i sådana här satsningar. Här har de ännu inte nått ända fram i Ystad (Johansson et al. 2008).

I fallet Wallander är det uppenbart att man från regionens sida sett en möjlighet att genom filminspelningarna och intresset för den fiktive Kurt Wallander maximera turismen, vilket lyckats på många sätt. I satsningar av detta slag står paketerandet i centrum (jfr Kaijser 2010, Plate 2006) och i Ystad har



Filmspelningarna och intresset för Henning Mankells romanfigur Kurt Wallander i Ystad är ett bland flera aktuella exempel på ekonomiska synergieffekter mellan litteratur, film och turism.

kommunen arbetat relativt riktat för att finna en balansgång i etablerandet av en ny näring, vilket filmproduktionen är, och utvecklandet av nya turistmål utifrån denna näring. På filmupplevelsecentrumet Cineteket har man sett sig som ett skyltfönster för filmutvecklingen i området och folk kommer dit och ställer många olika slags frågor. I dagens konkurrens om besökarna gäller det att sticka ut och göra sig värd ett besök, som Kjell Hansen formulerat det (1999). Då kan olika saker som utmärker en plats, till exempel en känd författare, en bok, film eller tv-serie som handlar om denna plats, fungera som det kulturgeografen Ola Thufvesson kallar ”pluskantsutbud”, det vill säga något alldeles extra (2006). Jag kommer att ge flera exempel på den sortens utbud och framför allt visa att när flera sådana samverkar skulle man kunna tala om dem som centrum snarare än som något som finns i periferin, det vill säga ”bara” som plus i kanten. Påfallande ofta är det flera olika komponenter som skapar den lyckade kombinationen som gör upplevelsen till just en upplevelse och inte till vardagsrutin eller något som bara passerar obemärkt.

Det betyder dock inte att det varit helt okomplicerat att bestämma under vilket huvudmannaskap olika delar av verksamheten skulle verka, och därmed vilken verksamhet som skulle arrangeras eller prioriteras. Våren 2010 kom som sagt Cineteket återigen i kommunal regi efter att under ett par år ha drivits

av några av de entusiaster som tidigt engagerade sig i verksamheten. Cineteket var vid etablerandet tänkt som ett verktyg i integrationen av denna nya näringsgren i staden, ett sätt att försöka komma ifrån ett vi-de-förhållande, vilket det alltid finns risk för när man skapar en ny näring. Om man ser till Ystadbornas villighet att delta i filmerna som statister förefaller man ha lyckats väl i ambitionerna att integrera den nya näringen med staden. Många har därigenom fått se hur det går till i filmproduktionen.

Cineteket har upptäckt att före detta statister blivit ambassadörer för filmproduktionen, de kommer tillbaka med släktingar och vidareförmedlar sin kunskap. På så sätt har lokalbefolkningen blivit en del av filmindustrin. Vägar har spärrats av, stränder har delats av och delar av staden har till och med varit strömlösa en period på grund av filminspelningar, men få har klagat. Vid samtliga intervjuer jag gjort och guidade turer jag deltagit i poängteras det hur samarbetsvilliga Ystadborna varit men också det stöd och engagemang man haft från polis, näringsidkare, markägare med flera. Kommunens marknadsstrateg menar att de lyckats göra invånarna i Ystad medvetna om att det är tack vare turismutvecklingen som man har ett så stort utbud av varor och tjänster. De som arbetar med turism ställer sig regelbundet frågan vad som kan komma att hända i förlängningen av denna popularitet. Det finns en medvetenhet från turismsektorn i Ystad att de just nu inte har kapacitet att ta emot fler gäster, eftersom det helt enkelt inte finns boende så att det räcker till.

I en uppsats med utgångsfrågan hur hållbar filmturism är tar författarna upp risken med att aktörer i en destination sneglar alltför mycket på vad turisterna efterfrågar för tillfället (Johansson et al. 2008). Filmturism är oförutsägbar och har mycket varierande livslängd. Kanske är det inte ens dessa upplevelseorienterade attraktioner som håller i längden. Det poängteras att för att kunna utveckla hållbar turism bör hänsyn tas till alla lokala hänsyn eftersom de påverkar varandra, vilket till exempel filmturismforskaren Beeton betonar (2005). Att satsningar är lokalt förankrade är viktigt eftersom det är platsens invånare som skapar platsen.

Vikten av att ha god framförhållning och tänka långsiktigt betonas i alla manualer. Dilemmat är att turismbranschen är en trendkänslig bransch med slit-och-slängtendenser. Det gör den extra känslig i mötet med filmindustrin som i så stor utsträckning är en kommersiell industri. Platser är utbytbara om filmproducenterna får bättre ekonomiska villkor någon annanstans.

Samverkan är svårt och trots medvetenheten om hur viktigt det är så är det just där som det fallerar. Olika branscher har olika förutsättningar men också olika tempon, vilket kanske är en av förklaringarna till frånvaron av långsiktiga strategier för till exempel Cineteket. I filmbranschen går det mycket snabbt

medan den kommunala verksamheten ser helt annorlunda ut. I kommunerna har man dessutom att förhålla sig till vem som har politisk majoritet, vilket gör att det i perioder kan vara svårt att få besked om hur man ska satsa.

Några av filmarbetarna från den första Wallandersserien har bosatt sig i regionen och anlitas i nya produktioner. Österlen har dock länge lockat kulturarbetare. Nu när man vet att Ystad Studios finns i regionen förlänger en del sin säsong i sommarhusen. Och då kommer man in på frågan huruvida regional filmproduktion egentligen kommer regionen till godo. Besökare i till exempel filmens fotspår är en sak men i de politiska dokumenten finns också krav på att en del av produktionen ska ske med hjälp av det som finns lokalt. De kulturarbetare som är sommarboende i regionen och som då förlänger sin tid i Skåne för att sedan återvända till exempelvis Stockholm, vilken kategori tillhör de?

Kultur är en viktig tillväxtfaktor – så sägs det i politiska handlingsdokument, nationellt och regionalt. Syftet är att åstadkomma en långsiktig och hållbar utveckling och fortfarande skulle jag vilja påstå att många turismsatsningar inte är långsiktiga eller särskilt hållbara. För att litteratur- och filmturism ska verka positivt för den regionala ekonomin, göra regionen attraktiv och därmed stärka invånarnas platsidentitet, krävs det att kommuner i sin helhet arbetar med frågorna, inte bara en liten avgränsad del med mycket begränsade resurser och kunskapskapital, såsom det ofta fungerar i dag. I Ystad har man arbetat brett och relativt målmedvetet med att koppla samman litteratur, film och turism.

Ystad var tidigt ute med att utveckla upplevelseturismen och har fått stå modell för liknande satsningar. Satsningen verifieras genom statistik och legitimeras genom Henning Mankells kontroll. Det talas också om satsningen som hållbar i flera bemärkelser. Den sortens lokala skapelseberättelser eller *storytelling* stöter man ofta på. De blir viktiga att tradera både till journalister och i projektansökningar. För att lyckas skapa förutsättningar för satsningar krävs i många fall att man är en så kallad genrebehärskare och kan formulera sig utifrån gångbara, tidstypiska argument. Man ska också kunna beskriva en idealbild: en satsning som tryggt rullar framåt, från målsättning till planerat slutresultat. Verkligheten är betydligt mer komplicerad, och intressantare, och handlar ofta om kompromisser, ändrade planer, förmåga till improvisationer och förnyelse, men det vill varken anslagsgivare eller journalister höra.

Är det ett uttryck för det genomslag arbetet fått när vi i *Ystads Allehanda* den 15 augusti 2011 kan läsa att ett av de nya lokaltågen, ett pågatåg, som ska köra tätare turer mellan Ystad och Malmö framöver, döpts efter ”världens mest kända ickelevande Ystadsbo Kurt Wallander”?



LÄCKBERGEFFEKTEN

YSTAD OCH SATSNINGARNA PÅ WALLANDERTURISM betraktas ofta som föredömliga och många har låtit sig inspireras. Det har gjorts oändligt många intervjuer för publiceringar i allehanda medier, och många har velat veta hur de gått till väga. När SVT gjorde en filmatisering av den uppmärksammade deckarförfattaren Camilla Läckbergs första böcker *Isprinsessan* och *Predikanten* började man i Fjällbacka, i norra Bohusläns kuststrand, där hennes böcker utspelas, att inse att det även där fanns en turistisk potential. Här fick jag en möjlighet att följa en satsning på litteratur- och filmturism i sin linda. Hur tänkte man kring författarens, litteraturens, filmatiseringarnas, platsens och turismens roll när tanken att utvecklas turistiskt väcktes? Vad liknade och vad skiljde Fjällbackas sätt att arbeta med litteratur- och filmturism från andra orters sätt att arbeta? Och vad har hänt sedan den första filmatiseringen?

Jag inleder detta kapitel med att beskriva det lokala engagemanget med förhoppningar och farhågor inför lanseringen av litteratur- och filmturism i Läckbergs fotspår. I denna satsning får *plats* en annan betydelse än den haft i Wallandersatsningarna. Därefter kommer jag att analysera den karta som producerats och som skulle guida besökaren. Det är svårt att komma runt Camilla Läckberg som person. Hon har sedan sin debut utmärkt sig som författare genom att hon tydligare än någon annan talat om sig själv i marknadsföringstermer. Hon har skapat en berättelse kring sig själv, vilket skapat stor medial uppmärksamhet. Denna delstudie kan därför även ses som exempel på hur en författares egen varumärkesproduktion glider över i hur varumärket ger uppmärksamhet till turism. Vad är det då i denna varumärkesproduktion som man lokalt har tagit fasta på?

Stor medial uppmärksamhet leder till diskussioner och Läckberg har fått klä skott för den negativa delen av den uppmärksamhet deckargenren har fått, bland annat på svenska kultursidor. Detta kommer jag att diskutera i den sista

delen av detta kapitel, liksom det jag antytt ovan: har det senaste decenniets deckarintresse paradoxalt nog förstärkt behovet av distinktion? Camilla Läckberg toppar mängder av försäljningslistor, oftast tillsammans med Henning Mankell och Stieg Larsson, både nationellt och internationellt, år efter år. Är det så enkelt att en trivial genre som behandlats styvmoderligt nu fått en ny status och därmed accepterats fullt ut?

BAKGRUND

Hur väcktes tanken att använda Läckbergs författarskap i turistiska sammanhang? Fjällbacka är en plats som redan har stora mängder – enligt en del bofasta alltför många – besökare under en koncentrerad period på sommaren. Här, liksom i många andra bohuslänska samhällen, har man en sekellång vana att hantera turister (Sjöholm 2002). En del av förklaringen till att Läckberg hamnade i fokus och blev föremål för dessa satsningar finns i vår tids upptagenhet av deckare med lokala inslag. Camilla Läckberg är tydlig med att hennes böcker handlar om Fjällbacka – samtidigt som mycket av det som beskrivs och behandlas skulle kunna återfinnas i vilket bohuslänskt samhälle som helst.

I ett flertal sammanhang har Läckberg berättat att hon ofta inspirerats av den lokala tidskriften *Fjällbacka-Bladet*. Den utkommer med ett par nummer per år, ges ut av Föreningen för Fjällbacka och är en källa för den som vill veta något om Fjällbacka, både nu och då. I ledaren diskuteras nutidsrelevanta frågor och det finns oftast flera artiklar som behandlar samhällsrelevanta ting. År 2003 gjordes en intervju med Läckberg under rubriken ”Camilla Läckberg – vår blivande deckardrottning?”

Naturligt när man läser en bok med lokalt perspektiv är att man letar efter platser och personer i verkligheten, något som hon varit medveten om.

– Alla personer är helt fiktiva, inga inspirationer av levande eller döda Fjällbackabor har använts. Platserna däremot har jag tagit ur samhället. Hus där mord begås har jag dock valt att inte exakt peka ut. Man förstår i vilket område det ligger, men inte precis vilket. Allt för att inte ge husägaren ett ”mord i farstun”. (*Fjällbacka-Bladet* nr 94, 2003)

Lokalt har man tagit tag i det faktum att Läckberg valt att placera sina böcker på orten och sedan sommaren 2006 har hon en egen återkommande krönika i *Fjällbacka-Bladet*, där hon berättar vad som hänt kring både henne själv och hennes författarskap sedan senast.

Efter succéerna med turism bland annat i Wallanders fotspår är det som om många medier bestämt sig för att detta är ett lyckat koncept. Det skrivs mängder av reportage om alla mordvandringar, det vill säga guidade turer i deckares fotspår, som bara blir fler och fler. *Tidningen Boken* hade till exempel ett temanummer om deckare 2008 med ett stort uppslag om Camilla Läckberg (och ett om Mari Jungstedt):

Våra böcker om Fjällbacka säger numera Fjällbackaborna om Camilla Läckbergs kriminalserie från samhället. Samtidigt kommer allt fler för att gå vandringar i "Läckbergland" i samhället på "Västkusten". Man vill veta: Var skedde mordet? Var bor huvudrollsinnehavarna Erica Falck och Patrik Hedström? Hemligheten bakom Camilla Läckbergs stora försäljningssiffror tycks ligga i att hon skriver om de vanliga människorna – och om det ovanliga som inträffar i det vanliga samhället där det i verkligheten inte sker några mord. (*Tidningen Boken* nr 6, 2008)

Av detta citat framgår det som är representativt för många av de nutida deckarförfattarna: de blir en sorts lokala ambassadörer *samtidigt* som det är den generella igenkänningsfaktorn i böckerna som gör dem populära. Platsen är specifik men människorna som vi alla.

År 2007, efter att filmteamet lämnat orten efter filmatiseringen av den första boken, stod följande att läsa i *Fjällbacka-Bladet*:

Tror nog att alla Fjällbackabor tyckte det var lite spännande med det ovanliga inslaget under sensommarmånaderna och visst väntar vi spánt på vad som ska komma ut ur tv-rutan till hösten. Hur kommer det att kännas att "befinna sig" i ett kriminellt centrum? Kommer vi att känna oss hedrade eller förlöjligade? tv har en grym förmåga att stämpla ett samhälle. De svenska tittarna "vet" att Wallanders Ystad har ett utstuderat rätt klimat och jag är inte ensam om att tycka synd om Grundsund som med Saltö, i alla fall i slutändan, nästintill blivit byfånar allihop. Var hamnar vi? [---] Att bli tv-kändis betyder mycket, inte bara för silikonstinna blondiner utan även för mindre orter. Danska Samsø och Grundsund har invaderats. I Ystad har man Wallandervandringar. Hur ska vi klara av att ta emot det ökande antalet gäster? Visst, det kommer fler bussar på våren och hösten än på sommaren och kanske blir det så även de närmsta åren. Kanske blir det bara det tillskott under lågsäsongen vi så gärna vill ha. Kanske, och mer troligt, blir det fullständigt kaos. Det enda vi kan vara säkra på är att det kommer att märkas tydligt nästa sommar. Redan nu ser vi människor, med Camillas böcker i handen, letande efter fiktiva brotts-

platser. (Ledaren i *Fjällbacka-Bladet* nr 102, 2007, skriven av ordföranden i samhällsföreningen som även gjort den kartförsedda Läckbergbroschyren)

Detta citat illustrerar den kluvenhet och de rädslor som jag mötte när jag kom till Fjällbacka senhösten 2007, samtidigt som filmatiseringarna visades på tv.

INFÖR DEN TURISTISKA LANSERINGEN AV LÄCKBERG

Det var mörkt i Fjällbacka och det var flera veckor sedan hummerpremiären tredje måndagen i september, som är höstens stora evenemang och brukar locka människor till dessa räjonger. Omkullblåsta soptunnor avslöjade att en del av de upplysta husen inte var bebodda utan endast lyste med hjälp av timer. Mellan 900 och 1 000 personer bor i Fjällbacka. Orten utmärker sig i kommunen, så ett par representanter för Tanums kommun som Fjällbacka tillhör, när jag träffade dem inför den turistiska lanseringen av Läckberg i Fjällbacka. Här finns inte den utbredda samverkan och övertygelse om att vända en trend i nedgång som finns i till exempel Grebbestad, menade de. Befolkningen i Fjällbacka vill göra det på sitt eget sätt i stället för att samarbeta. Från kommunens sida hoppades de på att det de kallade Läckbergeffekten skulle leda till en mer genomgripande samhällsförändring och inte bara till utökad tillfällig sommarturism.

Det var denna så kallade Läckbergeffekt och hur den diskuterades och hanterades som intresserade mig och jag var i Fjällbacka på grund av ett möte om hanterandet av den turism som förväntades följa uppmärksamheten kring filmatiseringarna av Camilla Läckbergs deckare *Isprinsessan* och *Predikanten*. Inför visningen av filmatiseringen var förväntningarna högt uppskrivade. I *Sydsvenska Dagbladet* spekulerades det i att Fjällbacka kanske skulle kunna bli Västkustens Midsomer (2/11 2007) och lokalt påbörjades diskussioner om hur Läckbergeffekten skulle hanteras.

Nedan kommer såväl förväntningarna som utgången, så här långt, att diskuteras. För att möta och hantera Läckbergeffekten bjöd kommunen in lokala organisationer till *Turismens dag* den 29 september 2007, ett lokalt inspirationsmöte med värds-kapsföreläsaren Jan Gunnarsson som pratade om värds-kapets betydelse, Anja Praesto som berättade om erfarenheter från Arnprojektet där hon varit projektledare och representanter från Skaftö/Grund-sund som berättade hur de hanterat busslaster med besökare efter tv-serien *Saltön*, som spelades in i Grundsund. Ystad och representanter för Wallander-turismen var inte inbjudna just här och påfallande många av dem jag talade med kände heller inte till särskilt mycket om de satsningarna mer än att de var lyckade, vilket föranleder en diskussion längre fram i boken om långsik-

tigheten i och förankringarna av turismsatsningar. Att det var kommunen som tog initiativ till inspirationsdagen var ett sätt att visa att turism inte var en angelägenhet bara för Fjällbacka utan för hela kommunen, om den hanterades rätt. Från kommunens sida var det ändå angeläget att det i slutänden var en Fjällbackaangelägenhet, och man markerade att det var därifrån som initiativet till fortsatt verksamhet måste komma.

Tre dagar efter inspirationsmötet hölls ett föreningsmöte där man diskuterade hur samverkan och prioritering skulle ske utan att gapa över för mycket. Arbetsgrupper startades och ringade in vad man först borde börja arbeta med. Mötet jag deltog i drygt en månad senare gav en annan känsla än den kommunens representanter gett uttryck för. Det rädde i och för sig konsensus kring att näringsidkarna under åren inte lyckats samla sig. Men denna gång verkade de närvarande inställda på att de skulle lyckas bryta denna negativa trend och kunna göra något positivt av Läckbergeffekten. Det verkade finnas en enighet kring viljan att lansera trakten, när väl turister kom för Läckbergfilmatiseringarna eller efter att ha läst böckerna. Nu var Fjällbacka inställt på att försöka göra det bästa möjliga för att hantera turisttillströmningen. Det handlade, menade en av informanterna som var engagerad i samhällsföreningen och i de nya satsningarna, om att ta turismen på allvar:

Om man verkligen ska tro på det här som en tjänstesektor och som ett sätt att utveckla regionen så handlar det väldigt mycket om fortsätta att investera och att våga ta de här stegen. [---] Från Skaftö berättade de om hur de blev tagna på sängen av den effekten som tv-serien fick. Det har jag ju känt då, speciellt som den här tv-serien om Fjällbacka har blivit ganska nerskriven, har jag tänkt så, här lägger vi ner en massa energi så kanske ingenting händer. Men det har ju ingen betydelse egentligen. Därför att det handlar ju ändå om Fjällbacka i slutänden. Och vi har ju ett enormt turisttryck här och vi har ett enormt behov av att utveckla värdskapet, att bli bättre på att ta emot våra gäster eller turisterna här. [---] Det gäller att få alla människor i ett så här litet samhälle att förstå vikten av bemötandet. [---] Det är inte ett val vi har: turisterna kommer. Antingen försöker vi styra upp det och försöka göra det så bra som möjligt eller så kommer de och det blir kaos. Vilket väljer vi då? Det är ju inte vårt val om de kommer eller ej.

Ingen tvivlade på Fjällbackas dragningskraft, även utan Läckberg. Att det skulle komma turister i Läckbergfilmatiseringarnas fotspår – det hade man fått indikationer på. Men det fanns redan från början en medvetenhet om riskerna med att satsa enbart på "Läckbergeriet":

Det handlar inte bara om Läckberg och den lilla världen här utan det handlar om så mycket mer. [---] Det här med Läckberg kanske är något väldigt övergående men det här med Fjällbacka är ju inte övergående. Jag tror på den här framtiden. Det här är kanske det enda vi har att erbjuda snart.

Citatet, från samma person som citeras ovan, visar närapå en desperation och så här retrospektivt går det att se att satsningarna på turism i Läckbergs böckers spår har en annan roll än i fallet med Mankells böcker om Wallander. Det är dessutom utmärkande för turismbranschen på andra sätt: det måste gå snabbt och det finns en rädsla för att missa tåget. Här fanns en chans, en öppning för att göra något nytt. Turism är en del av en expansiv marknad, den är betydelsefull och man måste ofta agera snabbt.

Det illustrerar också turismbranschens konservatism: hjulet uppfanns många gånger. Här gjordes visserligen försök att ta del av andras erfarenheter, men det var för bråttom och de hann inte riktigt gå på djupet med omvärldsanalysen eller förankra satsningen brett i kommunen. Det fanns också en medvetenhet om att man inte skulle försöka greppa för mycket för tidigt, men ändå en otålighet inför vad som eventuellt komma skulle.

Det framstod i fältarbetet tydligt att Läckberg skulle användas för att lansera bygden, snarare än att böckerna, filmatiseringarna eller författaren hade ett värde i sig. Det fanns, och finns, en medvetenhet om att Fjällbacka är speciellt med sin egen historia, geografi och natur.

För att återgå till mötet 2007 fanns det då en uppslutning kring uppfattningen att turister verkligen skulle komma i Läckbergs fotspår. Hur de skulle hanteras var betydligt svårare att enas kring än att något borde göras. En av de engagerade i gruppen hade guidat i många år i Fjällbacka och sa det som nästan alla jag pratade med tycktes hålla med om: ”Vi har väldigt mycket att visa upp egentligen.” De jag träffade som var engagerade i samhällsföreningen hade bestämt sig för att arbeta för det här. De var väl medvetna om att det i samhället fanns lite olika inställningar till Läckbergeffekten. Nu när vi kan betrakta dessa diskussioner retrospektivt är det viktigt att ha i minnet vad man i Fjällbacka fått sig till livs från andra turismarrangörer: det skulle kunna komma 13 busslaster om dagen. Och detta präglade de flesta jag talade med. En del bara skakade på huvudet åt vad de menade var tokigheter, andra menade att de inte hade något val. Det skulle komma en massa turister, vare sig Fjällbackaborna ville eller inte, och då gällde det att försöka göra något bra av det. Man hade alltså att arbeta med på flera håll: paniken inför att det skulle komma 13 busslaster med människor om dagen som skulle tas om hand och som ville se var Läckbergböckerna utspelades, samt att ta tag i det lokala

arbetet med turism och försöka arbeta med ett helhetsgrepp. Det gick snabbt och samordningen var inte total. Dessutom fanns det inte sedan tidigare en tydlig samordning av insatser riktade mot besöksnäringen. Gruppen som tog på sig att arbeta med det här hade mycket att tänka på. De skulle engagera personer som skulle vilja guida eftersom det troligen skulle behövas fler än ”de vanliga”, formulera det stoff som skulle förmedlas i guidade turer, ta reda på hur ett stort antal bussar skulle kunna hanteras i ett samhälle så litet och trångt att till och med biltrafiken ner till hamnen begränsas, broschyrer, kartor, toaletter, ja, allt som en välfungerande turismnäring kräver.

Även om jag i denna studie inte undersökt de aktuella skönlitterära texterna eller hur de mottagits ställde jag ändå frågan hur människor som bor i Fjällbacka förhållit sig till böckerna och filmatiseringarna eftersom det på mindre orter ofta blir väsentligt att ortsbefolkningen fungerar som ambassadörer för det som ska förmedlas.

LÄCKBERG OCH FJÄLLBACKABORNA

Läckbergs böcker såldes i den lokala järnhandeln, Järnboden, som vid mitt första besök var en av få åretruntöppna affärer och som kommit att bli en sorts sambandscentral. Vid ett av mina återbesök tidig höst 2010 var planerna att stänga under några vintermånader. Underlaget för en åretruntöppen affär var inte tillräckligt. Innehavaren är en av de få personer som finns med i Läckbergs böcker som sig själv, trots att Läckberg i citatet ovan sagt att hon endast använder fiktiva gestalter. Förutom att sälja just det som brukar finnas i en järnhandel har innehavaren haft många olika funktioner, som att vara ombud för Systembolaget, tagit emot båtturister och sedan Läckberg slog igenom alltså även bokhandel:

Det blev ju så att jag säljer hennes böcker. Dem måste jag ju sälja naturligtvis eftersom hon är härifrån. Så sålde jag 500 av den första. Det var jättemycket. Jag sålde som mest i Sverige. Jag fick inte ens köpa först eftersom jag är en järnhandel. De säljer bara till bokhandlare.

Det är uppenbart att det inte bara är på det lokala planet som samverkan bör ske utan också vad gäller till exempel bokdistribution. Av de nästföljande Läckbergböckerna har det sålts ungefär 400 exemplar per titel i Järnboden: ”De enda deckarna jag har är ju hennes och det är tack vare att hon är härifrån. Annars skulle jag aldrig ha skaffat deckare.” Trots att böckerna är cirka tio procent billigare på nätet köpte många Läckbergs böcker i Järnboden just

för att de såldes på plats i Fjällbacka. Precis som med Wallanderböckerna i Ystad och i samband med mycket annat resande finns det ofta ett behov av att köpa med sig något från den besökta platsen. Några böcker hade till och med innehavaren av Järnboden fått signera. Hon är ju trots allt med i ett par av dem. Hon berättade en episod:

”Du, den där barnvagnen med aska i måste ha stått här utanför Järnboden, det måste ha varit där den stod. Och är du då Berith i Järnboden?” Sedan kom det två tjejer i 25-årsåldern och de var från Vara och de kom bara hit, det var i början av september förra året, det var efter böckerna, före filmen. De hade varit i Fjällbacka förut, de åkte hit bara därför. Och det märks ju att det är ett intresse. Kungsklyftan då som är jätteintressant för alla turister, dit kommer busslaster.

Jag satt inne hos Berith i Järnboden nästan tre timmar dagen efter mötet 2007 om Läckbergeffekten och alla Fjällbackabor som kom och gick pratade om Läckberg och filmatiseringen. Detta var samtidigt som serien gick på SVT och människor var påtagligt engagerade och tyckte till om Läckbergeriet. Jag föll in i spontana samtal med folk hela tiden. Eftersom Järnboden var en av Fjällbackas få åretruntöppna affärer var det just Berith som ofta fått frågan av besökare om hon känner Camilla Läckberg, hur hon är, var hon bodde, om hon har släktingar här. Under tiden jag satt i butiken kom en man in och bad att få köpa *Isprinsessan*. Pocket, kartonnage eller inbunden? frågade Berith. ”Det ska vara en riktig bok”, sa han, det skulle vara en present och Berith slog in boken i presentpapper. Inbunden bok för present och pocket för egenläsning är det som gäller, och böcker som representerar en plats betraktas ofta som bra presenter.

Folk verkade besvikna på filmatiseringarna därför att det hade gjorts för lite av både miljön och människorna. Det hindrade dock inte att många satt bänkade framför tv:n:

Alla Fjällbackaborna har säkert följt de här tv-serierna väldigt noggrant, för det är lite roligt därför att den lokala befolkningen dyker upp lite här och där i tv-serien och det är ett fenomen. Till exempel då när Erica går ut på den här bryggan och ska prata med sin barndomsvän, fiskaren, och han inte är där en gång, då ser man ingen i båten, ”Var är”... och då svarar en röst... och alla vi som bor här vet att det är Alf, en av fiskarna som bor här. Sådana saker är väldigt roliga när man bor på orten och ser på den typen av fenomen i filmerna.



Tv-serien handlar mer om brottet än om människorna och landskapet vilket är tvärtom i böckerna, så många och jämförde med Saltöfilmatiseringarna, som bygger på tv-filmatiseringen av Viveca Lärns böcker om Saltö. De avsnitten spelades in i Grundsund och på Skaftö, söder om Fjällbacka längs Bohuskusten, och handlade mer om människorna och samhället, påpekas det. Fjällbackabor som inte läst Läckbergs böcker, ja, det finns några som inte gjort det, säger att de inte hängde med i händelseförloppet, att de var så koncentrerade på att känna igen sig och personerna på bilderna att de tappade greppet om själva narrationen i filmatiseringen. Tv-versionerna av de första två romanerna fick höga tittarsiffror och 2008 beslutade SVT att filmatisera ytterligare två romaner. Som jag skrivit ovan är det en bransch i ständig rörelse. Vid tiden för färdigställandet av denna bok kom inte bara besked om att BBC skulle spela in ytterligare Wallanderfilmer utan det blev också klart att det skulle göras nya Läckbergfilmatiseringar i Fjällbackas omnejd under hösten 2011. Denna gång har man tänkt sig att lansera filmatiseringarna internationellt och det talades i medierna om att Fjällbackamorden skulle bli Sveriges svar på *Morden*

Verklighetens Järnboden, som finns med som litterär miljö i Läckbergdeckarna, har haft stor framgång som återförsäljare av böckerna.

i *Midsomer*. Det planerades för tio 90-minutersavsnitt och två biograffilmer. Inspelningarna inleddes med *Tyskungen* och rättigheterna till *Sjöjungfrun* och *Fyrvaktaren* var införskaffade.

När en filmatisering görs lokalt är igenkännandet en viktig ingrediens, vilket illustreras av citatet ovan. Filmbolaget var uppenbart medvetna om det och arrangerade en premiärvisning av *Isprinsessan* i Fjällbacka. Fjällbacka församling ställde upp med kyrkan för visning, precis som man sommartid i Ystad visade vissa av Wallanderfilmerna på storbilds-tv utomhus. Det var fullsatt i Fjällbacka vid premiärvisningen i Fjällbacka kyrka; Camilla Läckberg var där. Några av scenerna i *Isprinsessan* spelades in just i detta kyrkorum. Många tyckte att det var kul att vara med som statister och följa inspelningarna – den lokala prästen genomförde en av de filmatiserade begravningarna i sin ”egen” kyrka. Här hade det uppenbart dragits lärdom från andra håll av hur det hade fungerat med förhandsvisning av lokala filmproduktioner. Igenkänningsfaktorn är som sagt en stark drivkraft och invånare är fantastiska ambassadörer om de blir engagerade.

Hur har det då varit med läsningen av böckerna? Det förefaller vara lite samma sak. En del har läst dem av nyfikenhet och markerar att det är främsta skälet, men många har också gillat dem. Camilla Läckberg har ju många läsare. Det har varit kul att se om man känner igen sig, både som person och på platsen, säger flera. Dessutom har det skapats en förväntan på att alla har läst dem. Det har varit ett sätt att ingå i ett samtal. ”Det är inte riktigt politiskt korrekt att säga att man inte tycker de är bra”, sa en informant. I gengäld är det i andra sammanhang inte korrekt att tycka att böckerna är bra. Läckberg är en av dem som kritiserats för kommersialisering av litteraturen. Men trots att böckerna och filmatiseringarna inte faller alla Fjällbackaborna på läppen förefaller ingen ha något emot uppmärksamheten. Så långt i alla fall. Det fanns en rädsla när första filmatiseringen visades att det skulle bli för mycket.

”På fredag är det andra delen av *Predikanten* och då kommer de att hitta lik i Kungsklyftan”, sa en man till mig när vi möttes inne i Järnboden. Engagemanget fanns där, liksom ett visst mått av stolthet.

I CAMILLA LÄCKBERGS SPÅR?

Efter att Läckbergs sjätte bok, *Sjöjungfrun*, kommit ut producerades en fyrsidig broschyr med karta i Fjällbacka, som kunde laddas ner från ortens hemsida.²⁹ Där finns några platser ur böckerna och tv-serien markerade. Den producerades efter att bland andra några bussbolag ringt och frågat efter en karta i Läckbergs fotspår. Påfallande ofta förefaller just bussbolagen

vara på hugget när nya marknader dyker upp. Genren med mordkartor hade etablerats vid den tiden och det var lätt att hitta förebilder. På broschyrens framsida står det:

VÄLKOMMEN TILL

Ond bråd död, Likfyllda sopbilar och Morbida människor i spåren efter

CAMILLA LÄCKBERG

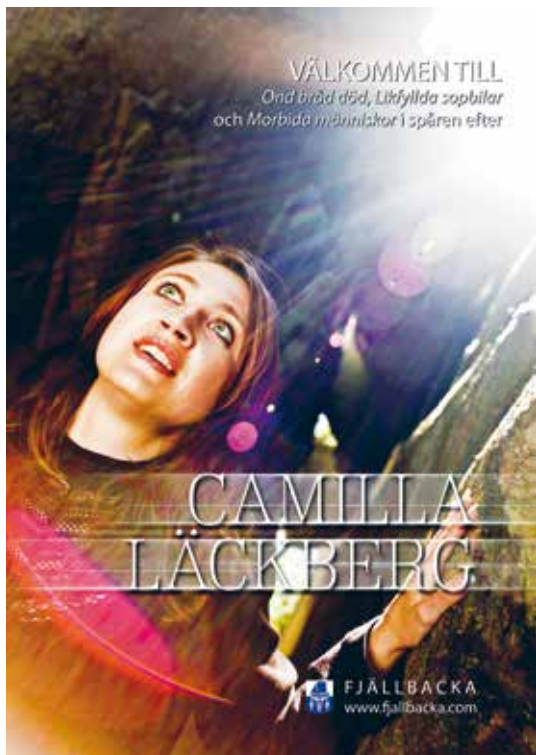
Broschyren pryds av ett heltäckande foto där Camilla Läckberg står i Kungsklyftan i Fjällbacka. Platsen är central i en av böckerna och i den första filmatiseringen men också en sedan länge etablerad turistattraktion till vilken det redan finns skyltar. Broschyren inleds med Läckbergs betraktelse över "Mitt Fjällbacka":

Jag är född och uppvuxen i Fjällbacka och trots att jag nu bor i Stockholm sen många år är jag i själ och hjärta fortfarande Fjällbackabo. I mina ögon är Fjällbacka Västkustens absolut vackraste samhälle. Läget är fantastiskt. Öppet mot havet, men ändå i skydd från Vetteberget, som inramar det lilla samhället.

Hon berättar om Ingrid Bergman, som under många år besökte en av öarna utanför Fjällbacka och att "Fjällbackaborna såg henne som sin och lät henne vara för sig själv utan att tränga sig på". Det är ett uppenbart förvaltande av bilden av västkustsamhället då och nu som förmedlas. Kungsklyftan lockade redan den unga Camilla Läckbergs fantasi, får vi veta. En del av filmen *Ronja Rövardotter* spelades in där.

Men det är ju havet som är Fjällbackas främsta lockelse. Så nära. Så viktigt. Tidigare var det havet som var levebrödet för samhället. Så är det inte längre, när fisket som födkrok förlorat sin betydelse. Men det betyder inte att havet inte längre är viktigt. Det är det som ger Fjällbacka sitt liv, sin salta, och som lockar tusentals turister varje år.

Det är något magiskt att ta båten ut till någon av de närmsta öarna, lägga till i någon vik, hoppa ner i det salta, friska vattnet och sedan ligga på de kala klipphällarna och låta solen värma upp kroppen igen. För mig är det Fjällbacka. För mig är det barndom. Många timmar har jag legat och sovit på durken i pappas träsnipa, med den enorma kragen på en orange flytväst som kudde, och med båtens tuffande ljud i öronen vaggande mig till sömns på väg ut till en ö med kala klippor. (Ur broschyren 2008)



Läckbergsbroschyr från 2008, med författaren i Kungsklyftan. Bild från Fjällbackas turistbroschyr/Anders Torevi. Återgiven med tillstånd.

Sidan avrundas med en notis om och bilder på boken *Smaker från Fjällbacka* som Läckberg skrivit tillsammans med stjärnkokken Christian Hellberg. De kommer båda från Fjällbacka och har tillsammans gjort två kokböcker. Den första omnämns i broschyren som ”en hyllning till barndomens Fjällbacka och den mat som de förknippar med livet på västkusten”.

Sidan två pryds bland annat av bilder av omslagen till de dittills utkomna böckerna samt en kort resumé. Camilla Läckberg och Fjällbackakopplingen betonas här mer än huvudpersonerna i böckerna, Erica och Patrik. Så följer bilder, en från inspelningen som startade julen 2005, en från förhandsvisningen i Fjällbackas fullsatta kyrka i oktober 2007 och slutligen en av huvudrollsinnehavarna och en kort text om den tv-serie som visades i SVT under november månad 2007. Liksom i Ystad var många Fjällbackabor engagerade som statister. Det hade varit en medveten tanke även här – det är ett ypperligt sätt att

skapa ambassadörer för satsningarna. I broschyren nämns också värdet av att så många skådespelare gavs chansen att stifta bekantskap med samhället.

En karta över samhället följer med 22 platser från böckerna respektive tv-serien utmärkta. Kartan är mer en vanlig turistkarta än en fiktionskarta på det sätt som många andra så kallade mordkartor ser ut. Kanske avspeglar detta den kluvenhet som funnits i Fjällbacka inför denna satsning. Det är som om man inte vågat bestämma sig för att satsa på Camilla Läckbergs koppling till orten. Det blir lite slarvigt ibland, som då namn stavas fel. Inte så många av platserna på kartan personifieras utifrån böckerna och filmatiseringarna: de flesta är sådana som finns utmärkta även på andra turistkartor. Det är knappast Camilla Läckbergs spår vi följer.

Adress och telefonnummer till Fjällbackaguider och Camilla Läckbergs egen hemsida avslutar broschyren. Det är uppenbart att webbplatsen har betydelse, det hänvisas ofta till den och Läckberg använder den som ett levande dokument som ständigt uppdateras.

Det finns också en mer allmän turistbroschyr som förnyas varje år. Det är

en åttasidig fyrfärgstryckt broschyr i A4-format vars framsida i denna version består av en panoramabild med Fjällbacka centrum i all sin ståtlighet nederst på sidan, sett utifrån havet. I fotografiets himmel är det infällt nio mindre fotografier. Ytterligare en bild av Fjällbacka från havet, denna gång i kvällsljus, solnedgångsbild över havet och klipporna, klassiska skärgårdsattribut som ett par sjöbodsbilder, båtar och fisk men också två porträttbilder, en av Ingrid Bergman och en av Camilla Läckberg. Den första sidan handlar om och är författad av Camilla Läckberg och är densamma som i mordkartebroschyren. Här syns en samverkans effekt. Där finns också porträttbilden från Kungsklyftan, den som utgör omslag till mordkartan, och bilder på hennes sju dittills utkomna romaner om Erica och Patrik.

Berättelsen om Ingrid Bergman och idylliska svartvita sommarbilder pryder nästa uppslag. En färgbild föreställer en leende Ingrid Bergman med en mycket ung Camilla Läckberg på armen. En annan visar den byst av Ingrid Bergman som står mitt i centrala Fjällbacka på torget som är namngivet efter henne. Strax intill ligger Järnboden.

Nästa uppslag handlar om fisket och sillens betydelse. Sedan följer, som seden bjuder, sidor om boende, vad man kan göra, var man kan äta och dricka och få underhållning samt karta och annonser. Kort sagt, en klassisk turistbroschyr.

Det finns ytterligare turistbroschyren. Tanums kommun ger ut en, *Go' tur i Tanum*, som omfattar hela kommunen i vilken Fjällbacka ingår. I slutet finns en helsida om "Mordplats Fjällbacka" där det berättas om filmatiseringarna och om Camilla Läckberg som deckardrottning, med betoning på hennes uppväxt i Fjällbacka. "Hennes deckarromaner utspelas alla i Fjällbacka med omnejd och hon har befolkat Tanumshedes polisstation med en egen skara poliser." Läckberg är Fjällbackas författare men också Tanums. Hon fick Tanums kulturpris 2006 med motiveringen: "För sin enträgna och ambitiösa strävan att med pennan som instrument beskriva den lilla orten med dess fiktiva invånare, händelser och sociala kontroll och som höjdpunkt – brottet som upplevelse – och konstform" (*Fjällbacka-Bladet*, nr 102, 2007).

Hur många platser och inom vilka räjonger kan det göras anspråk på en författare eller litterära verk? Vad gäller Mankells böcker om Kurt Wallander är böckerna inte så platsbundna som filmatiseringarna. Böckerna rör sig ganska fritt i det skånska landskapet och till vissa delar kanske det även kan sägas om Läckbergs böcker. På många sätt är problematiken med till exempel sommarhus i centrala orten som används bara några korta sommarveckor om året, försörjningsproblematiken, relationen till havet och så vidare, snarare en kustproblematik än något specifikt för just Fjällbacka. Hur mycket är det

Fjällbacka det handlar om? Låt oss återkomma till detta senare men också diskutera det i relation till Astrid Lindgren och betydelsen av landskapsassociationer. Vad gäller både Mankell och Lindgren finns det dessutom olika landskap att relatera till: Mankell skriver om både Sveg och Skåne men förefaller associeras framför allt med Skåne och delar av Afrika, medan Lindgren ofta associeras med Vimmerby och Småland samt Stockholms skärgård. Hur betydelsefullt är Fjällbacka för den i Stockholm bosatta Läckberg? Och hur viktig är Läckberg för Fjällbacka?

Det finns sedan länge guidade turer i Fjällbacka. En karta är numera ett klassiskt sätt att hantera vandringar på egen hand i författares, litteraturs och filmers fotspår. Som så många andra tänkte man sig också här att ha guidade turer kopplade till Läckbergsatsningarna. Föreningen för Fjällbacka utbildade vintern 2007–2008 åtta certifierade Fjällbackaguiden. På deras hemsida och i presentationen av de guidade turerna är det samhällets tillkomst och uppbyggnad som betonas, gärna med inslag från Camilla Läckbergs böcker ur Fjällbackaperspektiv. ”Vi som guider märker att Fjällbacka är betydligt intressantare än Camillas böcker”, säger en av dessa guider som jag träffade hösten 2010. Återigen frågar jag mig vad som är orsak och verkan. Denna guide hade en uppenbar agenda – att marknadsföra Fjällbacka genom dess unika historia och natur. Utifrån marknadsföringsmaterialet förefaller det gälla även de guidade turerna. Guiden säger sig ha varit kritisk från början till betoningen av Läckberg i de guidade turerna. ”Vad Camilla Läckberg har gjort är att hon satt fingret på Fjällbacka, väckt ett intresse för Fjällbacka. Vi får ytterst få frågor om Camilla Läckberg.” Guiden menar att böckerna inte fungerar att vandra efter, dels därför att många av platserna inte finns i verkligheten, dels för att de inte handlar om Fjällbacka. Trots detta har guiderna läst alla Läckbergs böcker för att kunna svara om någon frågar. Detta ser man som en fråga om service.

Det blev inte riktigt den rusning som man lokalt förväntat sig efter de första filmatiseringarna. Folk var som vi sett ganska uppskrämda av vad som till exempel hänt i Grundsund. En del förefaller dock nöjda med att de trots allt försökte koppla ett helhetsgrepp om de turistiska frågorna, vilket det fanns ett stort behov av. Samtalet med guiden är symptomatiskt för många andra samtal jag hade med Fjällbackabor: man såg både för- och nackdelar med en satsning som denna. Turismen har ökat något, säsongen har förlängts en aning och Läckberg har stärkt Fjällbacka som varumärke, det förefaller de flesta vara överens om, vad de än tycker ska betonas i de turistiska satsningarna:

Vi är ju glada för att hon håller på att ta livet av oss här en efter en. Och tidningarna är jättegglada. *Allers* hade ju dubbeluppslag, ”Vägar ni åka till

Fjällbacka?” med henne och där vi guider var intervjuade och en massa bilder. Och det är klart, om en sådan finns på varenda tandläkarmottagning och hos varenda frisör ...

Det mediala kretsloppet har onekligen betydelse och kanske visar det sig att den uppmärksamheten spelar större roll än Läckbergs böcker eller filmatiseringarnas kvalitet.

Till skillnad från Ystad, där det i och för sig också gick ganska hastigt under de första åren med Wallanderturister, fanns det i Fjällbacka ännu inte en samlad strategi för att utveckla och förvalta Läckbergeffekten. I Ystad, liksom vad gäller exempelvis Arnsatsningarna, fanns det relativt tidigt några entusiaster med entreprenöriella drag, vilket säkert var avgörande. Kanhända kan eventuella effekter av 2011 års filmatiseringar hanteras på annat sätt?

MORDKARTOR

Gemensamt för många av de bästsäljande svenska deckarna är att de representerar en identifierbar eller i alla fall igenkännbar plats. Jag har exemplifierat bland annat med Henning Mankell och hans kriminalkommissarie Kurt Wallander som är verksam i Ystad. Läckbergs böcker om Fjällbacka lyfter fram vad det betyder att bo i en sorts randområden: ”Det är lättast att skriva om den miljö man känner till”, säger Camilla Läckberg strax efter att första boken *Isprinsessan* kommit ut (*Fjällbacka-Bladet* nr 94, 2003). Storstaden kan erbjuda en hel del möjligheter när man skriver deckare, säger hon i intervjun, och fortsätter:

[M]edan småstaden och landsbygden har andra men kanske mer intressanta alternativ. – Människans natur ställs på sin spets, både på gott och ont. Under en yta av respektabilitet hålls instinkter och drifter nere tills det som förträngs till sist måste få ett utlopp. Svartsjuka, hat, avund – allt som krävs för ett mord – finns redan på plats. (*Fjällbacka-Bladet*, nr 94, juni 2003)

En del av dessa saker är kanske inte så roliga att höra för dem som bor på platsen. Momentet igenkännbarhet brukar framhållas som en enande anledning till genrens enorma genomslag. Det kan handla om att känna igen sig på den verkliga platsen, men det kan också handla om att känna igen sig i karaktärerna eller miljöerna.

De verksamheter men också de platser jag analyserar i denna studie är i ständigt rörelse, de ingår i en process som pågår hela tiden. Det gäller även

dokument av olika slag som är lika viktiga i analyserna som intervjuer och observationer. Några dokument förefaller viktigare än andra, och det är broschyrerna med kartor över litteratur- och filmrelaterade platser. I flera av exemplen närmar jag mig så kallade mordkartor eftersom de är väsentliga delar av marknadsföringen av de platser och de företeelser jag följt. Även dessa kartor är en del av en process, dels därför att de rent faktiskt görs om med jämna mellanrum, i takt med att själva företeelserna förändras och utvecklas, dels för att kartorna hanteras och används av människor som gör och upplever olika saker med hjälp av dem. Processer handlar just om ständig interaktion, utveckling och förändring. Inför en resa läser resenären kanske en av de för platsen och resan aktuella böckerna eller rent av en turistbroschyr eller mordkarta – i fallet med Wallander sammanfaller dessa. Kartorna och broschyrerna har väldigt olika karaktär och den jag skrivit om mest, den om Wallander, är också den mest utförliga av dem jag hanterat. Före en resa har kartan och broschyren en funktion, under resan får de en annan och efter resan ytterligare en. Texten och bilderna, liksom platserna som besöks, formas och formas om i en ständig pågående process.

Jag lägger särskild vikt vid de kartor som behandlar de platser jag skriver mest om, men jag har haft tillgång till många fler. De första fick jag tillgång till när jag 2007 frågade Sveriges samtliga turistbyråer om de ägnade sig åt litterär turism och i synnerhet deckarturism. Efter hand har jag, med hjälp av engagerade kolleger, kontinuerligt samlat material.

Etnologen Lisa Andersson har närstuderat en mordkarta som följer i fotspåren efter Mari Jungstedts kriminalromaner. Jungstedt gav under 2000-talet ut nästan en bok om året och tillhör den skara populära kvinnliga deckarförfattare som tillsammans med Camilla Läckberg har tilldelats epitetet deckardrottningar. Hennes böcker har översatts men också filmatiserats och visats i svensk tv. Kartan ingår i en serie baserad på Gotlandsanknutna ämnen, men "Mord i Mari Jungstedts fotspår" är den enda som guidar till litterära mordplatser. Det förefaller genomgående vara så, att det görs mycket liten reflektion över varför just denna genre blivit så stor inom turismsektorn. Andersson finner att ingen av hennes informanter reflekterar över att det är just en mordkarta de ger ut, att man populariserar ett ämne med vålds- och dödsreferenser. Som jag har återkommit till är få av de saker jag beskriver nya, men de uppträder i nya konstellationer och framför allt med en intensitet vi inte sett maken till tidigare. Jag kommer att diskutera kartornas roll, men jag vill tillägga att kartorna i sig inte heller är en helt ny företeelse. Under exempelvis 1950-talet var det inte ovanligt med illustrerande kartor i deckare. Detta besvarar dock inte frågan Andersson ställer: Hur kan det komma sig

Några platser i böckerna och TV-serien



Guidning: Fjällbackaguiden
 Telefon: 0768-111 021
 E-post: guide@fjallbackaguiden.se
 Web: www.fjallbackaguiden.se



Fjällbacka Turistinformation
 Telefon: +46 (0)525 32120
 E-post: turistinfo@fjallbacka.com
 Web: www.fjallbacka.com

Mer om Camilla hittar ni på hennes hemsida: www.camillalackberg.se

Utgivare: Fjällbacka Samhällsförening och Fjällbacka Restaurang & Köpmannaklubb. Omslagsfotograf: Niklas Bernstone.
 Övriga fotografier: Gunnar Brink, Lasse Edwardtz Bohusläningen, Anders Torevi, samt Familjen Läckbergs släktalbum.

SIGNATUR
 TOREVI

Fjällbacka-karta från Fjällbackas turistbroschyr av Anders Torevi. Återgiven med tillstånd.

att kriminallitteraturreferenser ses som en självklarhet i turismutbudet i dag? Ibland hänger inte ens kartornas namn eller fokus ihop med det som egentligen visas. Kartan i Camilla Läckbergs fotspår kan sägas vara en av dem. Det är få platser ur böckerna eller filmatiseringarna som egentligen visas och framför allt handlar inte kartan om ”Ond bråd död”, som det förespeglas.

Turismbranschen är en trendkänslig bransch och eftersom deckare både i bokform och som filmer haft ett stort genomslag de senaste decennierna är det inte helt oväntat att branschen griper tag i intresset. Att det finns en tradition av utförliga miljöbeskrivningar i deckare gör dem ytterst tacksamma att utgå från i en tid då det åligger kommunerna, men också de lokala turistorganisationerna, att förmedla det lokalt specifika. Här har de olika organisationerna olika uppdrag men på många platser arbetar man strategiskt för att samordna de bilder av den egna regionen som ska förmedlas. Rent generellt gäller också att turismen har fått en annan status under det senaste decenniet. Även i kommunerna börjar man numera till viss del tala om värdet av att integrera turism i sina verksamheter, mer eller mindre reflekterande. De vaga gränserna för kommunernas ansvar för besöksnäringen kan diskuteras vidare. Nästan alla kommuner diskuterar hur man ska åstadkomma en säsongsförlängning. Kriminallitteratursatsningarna men även annan litteratur- och filmturism är exempel på hur det arbetas med en turistisk verksamhet som är betydligt mindre säsongsanknuten än andra.

Kartorna är intressanta dokument eftersom de förmedlar dels en hel del av vad som lokalt vill förmedlas, dels hur något ska upplevas. De fungerar styrande över turisternas rörelsemönster samtidigt som de skapar en frihet genom att man faktiskt kan följa dem som man vill. Många som producerar mordkartor är tydliga med att det ska gå att följa böckerna och filmerna via kartan, men också att kartan ska kunna ge en uppfattning om de utpekade geografiska platserna och deras förhållande till varandra som inte förmedlas i böckerna (jfr Andersson 2008). De ska guida redan intresserade läsare till platserna men också kunna skapa intresse för böckerna hos dem som inte läst dem. Man kan fundera över hur framställningen formar upplevelser av platser.

Etnologen Markus Idvall, vars doktorsavhandling handlar om kartors kraft och betydelse, menar att kartor ur ett visst perspektiv kan ses som berättelser om regional gemenskap (1999). Med det menar han att kartor alltid föregår de territorier och gemenskaper som de refererar till. De skapar snarare än speglar den verklighet de representerar, de re-representerar helt enkelt. Intressant med den visualiserande kartan är att den lätt får rollen som upprättare av helheter snarare än de fragment eller till och med kaos man annars som turist uppfattar när man kommer till en ny plats. Kartor kan dessutom göra vissa platser

översynliga, för att använda Idvalls ord, i förhållande till andra, vilket gör att de får olika inbördes förhållanden beroende på vilken sorts karta som konstrueras (Idvall 1999). Det som är centrum i vissa sammanhang kan bli periferi i andra.

Många av mordkartorna, och även en hel del andra kartor i litteraturs fotspår, påminner om varandra. Ofta är det väl spridda platser som turisterna föreslås besöka på egen hand. Det som förmedlas sammanfaller med vad som betraktas som turistiska attraktioner även bortom vad dessa böcker och filmatiseringar representerar. Den ger relativt stort utrymme för författaren. De flesta kartorna har ingen tydlig gräns mellan fiktion och icke-fiktion och det, menar Andersson, kan tolkas som att den som använder kartan har stor frihet att bestämma vad den handlar om (Andersson 2008). Det kan också tolkas som att man måste ha en särskild kompetens för att fullt ut kunna förstå och tolka. Det föranleder funderingar kring vem man vänder sig till och därmed också vem som utesluts.

Mordkartorna består liksom kartor rent generellt av ett antal betydelseladdade symboler som får presentera det geografiska området (jfr Idvall 2000). Oftast är det etablerade turistiska symboler som används i andra sammanhang (O'Dell 1999). Men eftersom det är just mordkartor innehåller de ofta vad som skulle kunna kallas för deckarsymboler. Det kan till exempel vara att det ska se ut som att det finns blodstänk på kartan, exempelvis Agatha Christie-kartan. När det handlar om de äldre författarna finns ofta attribut som förstoringsglas, medan det för de nya författarna inte sällan är en pistol eller liknande. Andersson talar om olika fiktionsmarkörer, till exempel att det används många citat, men också mörkare färger medan de så kallade verklighetsmarkörerna består av ljusare färger och fotografier. Samtidigt som kartan visar att de fiktiva platserna finns "på riktigt" visar den att de verkliga platserna är förlagor till fiktionens. "Folk vet att det är en skriven bok, att det inte är verklighet", säger en av Anderssons informanter. Det är intressant eftersom det trots allt är en genre som kräver sin förförståelse. Det är inte tydligt för den som inte kan genren i och med att gränserna för vad som är fiktion och inte är otydliga. Bortom mord och elände lyckas en del besökare ändå skapa relationer och därmed känslor för platser som när de besöker dem får ytterligare en ny effekt, och en ny känsla för platsen byggs upp. Att mordkartegenren kräver kompetens blir uppenbart när jag tar del av den karta som Stockholms stadsmuseum gett ut som guide till Stieg Larssons Millenniumtrilogi. Under rubriken är "En vandring i Mikael Blomkvists [inte alltid samma stavning] och Lisbeth Salanders fotspår". Kartan innehåller många av de tecken jag benämner som klassiska för mordkartor. Det är blodspår på framsidan, där även tre av böckernas framsida visas: en svensk, en engelsk och en fransk – samma

språk som texten i broschyren. Kungsholmens, Vasastans och Södermalms gatunät, där en stor del av böckernas handling försiggår, visas i blodrött och beskrivs kort. Några platser i vardera stadsdelen beskrivs närmare. I vissa fall nämns allmän kuriosita i kursiv text för att markera att den är skild från texten som annars kopplas direkt till böckerna. På Kungsholmen kan vi besöka fyra platser, bland annat Polishuset och Rådhuset. I Vasastaden lika många. Det är Södermalm som har flest platser markerade, närmare bestämt elva stycken. Slutligen finns det fyra platser nämnda som ligger utanför staden, bland annat Mikael Blomkvists fritidshus.

Bilder från Millenniumfilmerna och andra deckarattribut som fingeravtryck, pistol och handklovar, visas på den utvikbara karta som kostar 40 kronor. En kort text, hämtad från Stieg Larssons hemsida, ägnas åt presentation av författaren och man har också lagt in ett foto på honom där. Här ges ovanligt lite beskrivning av vad det är för författarskap vi ska tänkas följa eller vad det är för platser vi besöker – vi förväntas veta redan. Ibland är det ganska makabra platser vi besöker, till exempel lägenheten där Salanders förvaltare Nils Bjurman bor, som i texten beskrivs som platsen för den grävsta våldtäkten och där Salander tar en gruvlig hämnd. Denna karta är den av dem jag haft tillgång till som är mest frikopplad från beskrivningar av staden eller regionens särskilda geografi, även om det kort nämns till exempel att det finns en skärgård. Stadshuset pekats ut som platsen där den årliga nobelfesten hålls, utan anknytning till böckerna, och de största shoppinggatorna märks ut och en del av de klassiska turistiska sevärdheterna nämns. Idén om att skapa mervärde genom att låta den som följer kartan inte bara se platser ur böcker utan också annat sevärt är ett klassiskt drag.

Många av kartorna kräver ett stort mått av införståddhet för att man ska förstå varför de utmärkta platserna är intressanta och värda ett besök. Att resa på detta sätt handlar som allt annat resande om kompetens, att man har lärt sig vad en upplevelse är och hur den ska upplevas för att just bli en upplevelse. Orvar Löfgren har skrivit om värdet av att kunna återge och berätta om sin upplevelse och att det skapat specifika genrer men också att det ofta finns normativa drag i föreställningar om vilken upplevelse man bör ha (1999). Kommodifiering av upplevelser är ett viktigt drag, som enligt Löfgren har funnits med redan under den tidigare turismen, men som uppenbart har förstärkts. När man i morkartorna och i broschyrerna talar om sevärdheter har urvalet av dem en lång historia – samlat på utsikter och upplevelser har man gjort under några hundra år. Det fanns ett förpliktigande att resa, man skulle se och uppleva – redan då. Alla sinnena skulle aktiveras och man skulle kunna redovisa sina resor genom att beskriva, avbilda och gärna tonsätta upp-

levelserna när man kom tillbaka. Man skulle gripas av landskapet, engageras, bli känslomässigt berörd. Alla reste inte långt, redan då använde man ibland mediala representationer för att resa virtuellt genom att läsa böcker, titta på målningar, lyssna på musik. Då som nu handlade det mycket om att bryta vardagens rutin för att försöka gå in i en upplevelse och genom århundradena kan man se hur vi koloniserat allt fler och andra upplevelserum för att intensifiera sinnesintrycken. På så sätt är den tekniska infrastrukturen av betydelse, och i vissa bemärkelser kanske man kan säga att vi gått varvet runt. Att åka tåg, buss, bil eller flyg är numera görligt för fler än någonsin och då får fysiska utmaningar såsom fotvandring en ny betydelse. Man kan till och med säga att tekniken skapat behovet eller rättare sagt en reaktion mot den stillasittande kroppen och en tid då hastighet och rörelse fått alltför stor betydelse. De allt fler möjligheterna att utmana kroppen genom långa och långsamma vandringar skulle kunna ses som civilisationskritik. Påfallande många berättar om sina umbäranden under dessa vandringar och poängterar frånvaro av telefon, internet och andra tekniska hjälpmedel.

Om man införskaffar en mordkarta eller väljer att följa en tur med guide vet man ofta något om deckargenren eller den specifika litteraturen eller filmerna. Om och hur dessa mordkartor fungerar bygger på att resenären vet att handlingarna i böckerna och filmerna är fiktiva, trots att flera av platserna är verkliga. På så sätt kan man säga att kartorna har dubbla roller. De fungerar som en sorts fiktionslek som förhoppningsvis leder till lustfyllt sökande och upptäckande av både en litterär berättelses olika dimensioner och platsens kraft för besökaren. De blir också ett viktigt lokalt verktyg genom att de markerar hur speciella landskapet och regionen är, vare sig vi talar om Ystad och Skåne eller om Fjällbacka och Bohuslän eller om någon annan plats.

KARTORNAS ROLL OCH BETYDELSE

I Ystad fick några gymnasieelever i uppdrag att läsa Henning Mankells Wallanderböcker för att välja ut platser som skulle kunna placeras ut på en karta, som en effekt av att man insett att det fanns ett intresse av att följa böckerna. Även när Jungstedtkartan gjordes återvände de som konstruerat kartan till Jungstedts romaner (Andersson 2008). I samtliga fall förefaller man ha arbetat utifrån idén om vad som är typiska sevärdheter på respektive plats, samtidigt som det i många mordkarteproduktioner har funnits en uttalad lojalitet mot författarna som på olika sätt varit viktiga samarbetspartner i skapandet av materialet. Kan det vara så att en del av dessa kriminalförfattares popularitet höjts av deras engagemang i satsningarna? Förväntningar på författares till-

gänglighet och samarbete, som i dessa fall visar sig som generositet gentemot kommunens satsningar men också genom att möta lokalbefolkning och turister, leder till popularitet och ett utbyte där i bästa fall såväl kommunen som författaren får ut något av det. Det finns dock exempel där författare snarare upplever dessa förväntningar som krav i en tid då det betraktas som nästan självklart att varje författare själv måste arbeta med marknadsföring. Ovanpå detta kommer en lokal medvetenhet om den allt viktigare roll som turismen som näring fått, men fokus är på böckerna och filmerna. Sällan ligger det uttalade visioner bakom dessa turistiska satsningar utan snarare upplever flera aktörer i sektorn förväntningar på att lokala litterära berättelser ska exploateras. Det har varit en expansiv marknad där man har behövt agera snabbt. Det faktum att man satsar på turism är dessutom ofta svar på ett yttre hot, det vill säga förändrade försörjningsmöjligheter. Nya sätt att försöka locka besökare men också att förlänga säsongen är välkomna och här passar litteratur- och filmturism väl in.

I de kartor jag analyserat är det lite olika om tonvikten ligger på författaren eller på den eller de fiktiva gestalterna, på böcker eller filmatisering. I Ystad är det Wallander som är central, om än Mankell får utrymme. Böcker och filmer varvas. Dessa kartor är gratis och mycket lättåtkomliga. I Fjällbacka är det i Camilla Läckbergs spår vi ska följa om vi tolkar titeln och ser på framsidan. På sätt och vis kan det sägas att det också är hennes författarskap vi följer genom att böckerna presenteras men innan dess är det Läckbergs Fjällbacka vi möter. Filmatiseringarna nämns och kartan betonar ”några platser i böckerna och tv-serien”, men inget med koppling till författaren Läckberg. Även denna karta/broschyr är gratis men det är mer oklart var man finner den. Ibland har inte ens jag som aktiv sökare funnit den – den finns att ladda ner på nätet, den finns i tryckt form till exempel i broschyrstället på Stora Hotellet i Fjällbacka. Det är också betydligt mer oklart vem som är avsändare och ansvarig för verksamheten.

På Gotland finns Jungstedtkartan att köpa för 25 kronor, laminerad och därmed slitstark. Det ger signal om att den ska kunna användas utomhus oberoende av väder och därmed årstid. Den ska tåla upprepad användning, till skillnad från Wallanderkartan som är lättåtkomlig och gratis, vilket gör att besökaren lätt kan konsumera flera. Eftersom de förnyas med jämna mellanrum kan de också tänkas bli samlarobjekt.

Det satsas mycket på den individuella resenären, yngre och de som inte vill gå traditionella guidade turer. Mordkartorna ses ofta som ett sätt att pröva sin egen föreställningsförmåga genom sättet på vilket fiktiva och verkliga platser varvas. I flera fall blir det mer uppenbart att man riktar sig till flera målgrupper,

till exempel i Läckbergkartan och de guidade turer som där erbjuds. Man vill locka både den som vill ha en traditionell historisk guidning och den som vill gå in i en lek och följa fiktiva personer via böcker och/eller filmatiseringar. Det har haft varierande framgång. Nu återkommer vi till en del av det jag nämnt tidigare: upplevelse- eller evenemangsindustrin bygger på hybridiseringsprocesser som spänner från förändring till kontinuitet och som på olika sätt och i olika grad suddar ut gränserna mellan olika traditionella sfärer som konsumtion, underhållning, social aktivitet, inläring, arbete och lek. Det brukar sägas att den ultimata upplevelsen ska bilda människor på något sätt, innehålla moment av underhållning, ge möjlighet till någon sorts verklighetsflykt och vara inslagen i en estetisk förpackning som förenar alla dessa element på något lockande sätt (Pine & Gilmore 1999).

I Ystad, Fjällbacka och Vimmerby betonar man platsens särskilda geografiska egenskaper och mycket värdefulla natur. I turismforskningen talas det en hel del om platsbunden äkthet och det är den äkthet som ofta används i marknadsföringens mytologisering av platsers unikheter (se t.ex. Andersson Cederholm 2007). I fallet Gotland talar Jungstedt själv mycket om Gotland som en speciell plats med särskilda värden. Läckberg talar på samma vis som Jungstedt om platsen som sin, och sättet att tala om den plats man skriver om ingår i hur många deckarförfattare numera använder de platser där de förlagt sina berättelser. När Johan Theorin berättar om sina romaner som utspelas på Öland är han mån om att berätta hur väl han känner Öland (Bok- och biblioteksmässan 2008). Tittar man på hans hemsida är det ingen tvekan om att Öland står i centrum. Böckerna presenteras som "en Ölandskvartett där vädret och stämningarna i landskapet påverkar personerna i berättelsen" och "Johans Öland" är en av huvudrubrikerna, under vilken man finner en karta med utmärkta platser, platser som finns med i böckerna och som är attraktioner, även i andra bemärkelser.³⁰

Andersson skriver att en del av hennes informanter ironiserar över vilka personer som ska tänkas stå modell för karaktärerna i Jungstedts böcker. Många författare stöter på denna sorts spekulationer, tillsammans med befolkningens intresse för att läsa om den egna bygden. Att informanter skämtar och distanserar sig från detta lokala intresse tror jag man kan se som uttryck för distinktion. Det har delvis med genren att göra men också med den popularitet som inte minst deckarturismen haft under 2000-talet. Jag möter det ofta när jag presenterar mina undersökningsområden. Lindgren och Vimmerby tycker alla är intressanta, även bland forskare där man kanske snarare skulle reagera på att det redan har skrivits mycket om Lindgren. En del tycker att satsningarna på Mankell och Ystad är mycket spännande medan flera marke-

rar genom att säga att de inte förstår hur folk kan vilja gå sådana vandringar eller se de dåliga filmerna. Förhållandevis få av dessa kritiker har dock besökt Cineteket, sett några av filmerna (vilkas kvalitet jag inte diskuterar här men kan förundras över att man inom turismbranschen diskuterar så lite – spelar det roll huruvida det som produceras är bra eller inte?) eller kanske ens sett broschyren med kartan. Många har bestämt sig för vilken sorts verksamhet det är, troligen baserat på den mediala uppmärksamhet verksamheterna fått. Vad gäller Läckberg är ännu fler helt oförstående inför att jag över huvud taget intresserat mig. Är det återigen så att det populära ställs mot annat?

Dessa satsningar som görs i kriminallitteraturens spår uppmärksammas en hel del i medierna, skriver jag ovan. Det har fått mig att fundera över uppmärksamhetens betydelse och rent av uppfatta att journalisterna, och kanske vi alla som skriver om företeelserna, är mer fascinerade än de turister man vänder sig till. De ansvariga för Wallanderturismen i Ystad har under flera år farit land och rike runt (ja, även utanför) för att berätta om sin verksamhet och sin framgångssaga. Det görs oändligt många studiebesök både inom landet och utanför. Det kanske är symtomatiskt att när jag ville tala med några av de mycket engagerade informanter jag träffade i Fjällbacka 2007 och igen hösten 2010 frågade en av dem om det verkligen inte fanns någon annan jag kunde tala med. Personen i fråga var påtagligt trött på det här. Det är uppenbart att det finns en risk att entusiasterna slits ut. I Ystad rekommenderas sedan en tid intresserade att besöka Ystad snarare än att ansvariga för Wallanderturismen åker runt. Hur länge hålls entreprenörsandan vid liv och hur sker överlämnandet? Och hur länge håller verksamheterna? Kommer det ständigt nya horder av besökare eller kan man lyckas få dem att återkomma? Det är en av de utmaningar som turismbranschen ständigt brottas med.

Låt oss återvända till författaren, Camilla Läckberg, och hennes betydelse, vilka trots allt utgör basen för satsningarna i Fjällbacka.

MARKNADSFÖRINGENS BETYDELSE

Det är på Bok- och biblioteksmässan i Göteborg den 26 september 2009. Salen som rymmer 320 personer är inte riktigt fylld. Camilla Läckberg berättar att det är sjätte gången hon är på mässan och håller i ett seminarium. För varje gång är det lite fler besökare och det tillkommer lite fler herrar för varje gång, säger hon. Hon säger att hon brukar prata i 15 minuter och besvara frågor under fem men att det sällan räcker för frågorna och denna gång vänder hon på det hela. Hon berättar kort om sin senaste bok och lämnar 15 minuter för frågor. Många fotograferar. Vi får veta att hon inspirerats av att

läsa *Fjällbacka-Bladet*, och hon berättar att det var där hon fann inspirationen till den då senaste och sjunde boken, *Fyrvaktaren*. Lusten att berätta menar hon hänger ihop med uppväxten: ”Har man växt upp i Fjällbacka är man uppvuxen med spökhistorier” (miniseminarier ”Fjällbacka drabbas igen”, Bok- och biblioteksmässan 2009).

Läckbergs korta inledning är präglad av ett genomtänkt och effektivt berättande. Känner man inte till henne redan innan blir man medveten om att hon är professionell och definitivt varit med om detta förut.

Camilla Läckberg är född 1974 och uppvuxen i Fjällbacka. Efter att ha utbildat sig till civilekonom på Handelshögskolan i Göteborg gick hon en intensivskrivarkurs, ”Att skriva krim”, hos Ordfront förlag. Hon närde tidigt författardrömmar och framför allt en dröm om att bli deckarförfattare på heltid. Läckbergs egen framgångsberättelse är intressant därför att den följer den framgångssaga många andra, i synnerhet kvinnliga deckarförfattare, berättar. Läckberg säger själv att hon illustrerar ”the girl next door” som hon tror att hennes läsare uppskattar (Bok- och biblioteksmässan 2007). I mängder av medier har hon berättat om hur de sista veckorna i augusti 2002 förändrade hennes liv. Hon hade skickat in sitt första manus till förlag och väntade sitt första barn. Att hon gått från att vara utövande civilekonom till att bli ”en av landets främsta deckarförfattare” upprepas gång på gång i olika medier och har nu blivit en del av skapelseberättelsen om en av Sveriges många deckardrottningar under 2000-talets första decennium (jfr Carlsson 2009). Hon beskriver själv sin författargärning som en askungesaga – den missnöjda ekonomen som hade en författardröm som slog in. Hon menar att detta ger hopp åt andra människor: det går att lyckas. Hon förklarar vidare sina böckers genomslag med att de är vardagsberättelser. Dramaturgi och en bra deckarintrig är grunden men relationen mellan huvudpersonerna i hennes böcker, Erica och Patrik, är det avgörande. De är vanliga personer som hamnar i ovanliga situationer, säger hon. Även författaren Läckberg beskriver sig som den ”vanliga” personen – samma sak som många säger om den fiktive Kurt Wallander, men däremot inte om författaren Henning Mankell. Hon berättar att när hon tillsammans med kocken Christian Hellberg arbetade med den första kokboken gick hon upp i vikt: ”Fyra kilo på bara de två veckorna.” Hon hänvisar ständigt till vanligheten genom denna typ av uttalanden. Den senaste boken blev fördröjd eftersom hon ”var på smällen”. Hon berättar att hon hade större koncentrationsproblem än vid tidigare graviditeter och dessutom var hejdlöst trött. Hon är helt enkelt som vi. Sara Kärrholm, som skrivit om Camilla Läckbergs böcker och författarskap i flera sammanhang, menar att Läckberg arbetat intensivt för att involvera läsarna i det egna skrivandet genom att på sin blogg be läsarna om

tips (2009, 2011). På så sätt blandas privatliv och fiktion samman: på bloggen ger hon intryck av att inte ha något att dölja för sina läsare. Dagens författare har en annan roll på bokmarknaden än tidigare, även om vissa drag kan kännas igen. Liksom om många drag inom turismbranschen kan det sägas att mycket är igenkännbart men betydligt mer intensifierat i dag. Författarna har en annan konkurrenssituation, andra krav och ett helt annat mediebrus att tränga igenom numera (t.ex. Steiner 2009). Ofta sägs det att det i dagens medieutveckling finns en ökad efterfrågan snarare på personlig exponering av författare i det offentliga rummet än på det litterära verket. På den svenska bokmarknaden är det deckare skrivna av bland andra Camilla Läckberg och Henning Mankell som säljer bäst just nu. Ny marknadsföring visar tydligt att det finns ett stort intresse för författarna som personligheter. Litteraturvetaren Ann Steiner menar att författare som Mankell, Läckberg och andra tillsammans med sina förlag och agenter har förändrat hur litteratur marknadsförs och säljs men framför allt hur författare betraktas och förväntas agera (Steiner 2009). Författares persona har helt enkelt blivit en viktig del av framgångarna och där är Camilla Läckberg ett mycket tydligt exempel på hur litteratur och författande kommit att bli en del av det moderna konsumtionssamhället. Läckberg framställs som både vanlig och glamorös (Kärrholm 2009), medan de engelska exempel jag nämnt ovan aldrig beskrivs som lika folkliga som flera framgångsrika författare i dag.

Vid en översikt är det några saker som återkommer kring Camilla Läckberg: Å ena sidan hennes affärsstrategier kring sin egen bokförsäljning, å andra sidan hennes privatliv som hon länge delade med sig rikligt av. I en filmad intervju med henne som gjorts av Alex Schulman, och som låg på hennes egen blogg hösten 2009, berättade hon att hon under årens lopp tvingats förhålla sig annorlunda till marknadsföringen av den egna personen. Den 13 minuter långa intervjun fick representera henne på bloggen den hösten. Hon berättade att hon inte längre var lika privat i mötet med journalister eller sina läsare på bloggen. Läckberg har nästan blivit mer känd för sina varumärkeskampanjer och sitt marknadsförarspråk än för sina böcker. Bok- och biblioteksmässans program 2006 pryddes av en leende Läckberg, stor röd text med hennes namn och "Ondskan i Fjällbacka". Sedan dess har den mediala uppmärksamheten accelererat.

Camilla Läckberg är en driven marknadsförare och insåg tidigt tillsammans med förlag och agent att *storytelling* är ett viktigt redskap (se vidare Carlsson 2009). Inför lanseringen av boken *Tyskungen* (2007) skickades talarrikar med motiv ur boken till tidningsredaktionerna och via en radiostation skapades en tjänst i tre olika röstlägen som gjorde det möjligt att beställa

en tjänst där Läckberg busringde till folk (*Sydsvenska Dagbladet* 10/6 2007). Den kampanjen finansierades av Månocket och var enligt den marknadsansvarige ett sätt att sticka ut i mediebruset (*Svensk Bokhandel* 16/5 2007) Det spekulerades till och med i att hennes skilsmässa var en okonventionell marknadsföringsmetod. *Tyskungen* överträffade det mesta i bokmarknadsföring dittills. Tele2 erbjöd sina kunder att gratis lyssna på ljudböcker under en vecka och exemplifierade med *Tyskungen* som också fanns på bild (*Sydsvenska Dagbladet* 25/7 2007). Nätbokhandeln Bokus skickade med ett klassiskt turistvykort med tre bilder, en bild av Fjällbacka hamn, en strandbild och en lite mer udda bild på ett lik i vatten, i samtliga bokpaket under en period. På baksidan fanns en liten reklamtext: "Nu kommer nya kriminalromanen av deckardrottningen Camilla Läckberg. Beställ ditt exemplar av *Tyskungen* på Bokus.com nu!" Bokförlaget Forum hade en annons i form av en 1940-talsannons där det överst stod "I toppklass", följt av en så kallad filmstjärnebild à la 1940-tal av Läckberg. Under bilden stod att *Tyskungen* nu kommit ut. "Missa inte Sveriges bäst säljande författare signera sin nya deckare *Tyskungen*. Signeringsturné Camilla Läckberg" (*Sydsvenska Dagbladet* 5/5 2007). Nederst i annonsen fanns hennes signatur och adress till hemsidan. Hon gladdade också sina blogg-läsare med att lägga "ut de första åtta sidorna så att ni har sysselsättning en stund..." på sidan (*Sydsvenska Dagbladet* 22/3 2007). Detta är exempel kopplade till bara en av böckerna. Sara Kärrholm menar att Liza Marklund visade vägen för ett mer personligt sätt att använda sig själv i marknadsföringen, men

I TOPPKLASS



CAMILLA LÄCKBERGS
TYSKUNGEN UTE NU!

Missa inte Sveriges bäst säljande författare
signera sin nya deckare *Tyskungen*.

SIGNERINGSTURNÉ CAMILLA LÄCKBERG

LÖRDAG 5 MAJ

11.00 – 11.45 Böcker & Blod, HYLINGE
12.30 – 13.15 Akademibokhandeln, VÅLA
14.00 – 14.45 Bokia, HELSINGBORG
15.30 – 16.15 Bokia, CENTER SYD LÖNDEKÖPINGE

SÖNDAG 6 MAJ

11.00 – 11.45 Akademibokhandeln, NOVA LUND
12.30 – 13.15 Bokia, BURLÖV CENTER
14.00 – 14.45 Akademibokhandeln, MOBILIA MALMÖ
16.00 – 17.00 Nils Asp, HÖLLIVIKEN

Camilla Läckberg

www.camillalackberg.se



FORUM
bokförlag

Annons i *Sydsvenska Dagbladet* 5/5 2007. Återgiven med tillstånd från Bokförlaget Forum.

ser vissa drag redan hos tidigare kvinnliga författare som Maria Lang (2009). Läckberg, Marklund och Lang har alla arbetat aktivt för att skapa möjlighet för kvinnliga läsare att identifiera sig med personerna och händelserna i böckerna. Hon ser dock en skillnad mellan Marklunds och Läckbergs sätt att arbeta både med sina läsare och med marknadsföring. Läckberg är i tydlig dialog med sina läsare framför allt via sin blogg, men också styrande i hur både hennes böcker och hon själv ska tolkas och förstås. Läckberg är också avväpnande tydlig med att detta gör hon för att sälja böcker – för brödfödan, helt enkelt. Marklund har haft ett tydligt politiskt och feministiskt budskap medan Läckberg snarare betonat sin vanlighet som småbarnsmamma och heltidsarbetande parallellt med det glamorösa livet med framgång, resor och internationella intervjuer. Social marknadsföring har alltså blivit allt viktigare, det vill säga en marknadsföring där både författare och förlag och i vissa fall agent hela tiden är i dialog med läsarna.

Det litterära och det populärkulturella kretsloppet är omfattande och inte alltid förutsägbart. Niklas Hjulström, som spelade Patrik Hedström i den första Läckbergfilmatiseringen, deltog i en rekryteringsinsatsning för polisyrket: ”Att polisarbete i Tanum just nu står i fokus genom svr:s visningar av Camilla Läckbergs deckare utnyttjas för att väcka intresse för informationen” (*Bohusläningen* 21/11 2007).

DET LOKALA OCH DET POPULÄRA

Ompositionering av varumärken krävs om jag ska skriva något annat, sa Camilla Läckberg, som menade att kontinuitet är viktigt för henne som författare (seminariet ”Författaren som varumärke”, Bok- och biblioteksmässan 2007). Det var pannediskussion på Bok- och biblioteksmässan i Göteborg. Författarna Läckberg, Mari Jungstedt och Denise Rudberg, förläggaren Annika Bladh och en av Sveriges mest kända litterära agenter, Bengt Nordin, deltog. Läckberg och Jungstedt representerade de framgångsrika deckarförfattarna. Jungstedt menade att i hennes fall har platsen, det vill säga Gotland, haft störst betydelse för att skapa hennes varumärke. Hon talade också om vikten av kommunikation med sina läsare. Läckberg berättade att det i Fjällbacka varit möte om hur de ska hantera Läckbergeffekten. Jungstedt kontrade med att landshövdingen på Gotland ville sätta upp mordplats skyltar på Gotland på platser som omnämns i Jungstedts böcker. Här börjar vi ana cirkelgången: Författarna skriver om identifierbara platser. På dessa orter lanseras författarna för att få människor att besöka omnämnda platser. Författarna berättar om de lokala strategierna för att legitimera sina framgångar – och det litterära kom-

mersiella kretsloppet är i full gång. Här kan man fråga sig vad som egentligen är platsens betydelse och vem som lanserar och drar vem.

Det är som sagt uppenbart att författare har en förändrad roll i dag. Författare förväntas kunna saluföra sig själva och tala för sin produkt på ett underhållande sätt. ”Författare är den nya tidens stjärnor”, skriver Bo Westlund i *Svensk Bokhandel* (4/5 2007). Författare föreläser inte bara på skolor och bibliotek utan eftersöks även allt oftare hos företag. På gott och ont. En del författare känner sig obekväma med dessa förväntningar, medan det passar andra mycket bra. Deckarförfattaren Åsa Larsson säger i en intervju i *Dagens Nyheter* att inom företagssektorn hyrde man tidigare in band vid evenemang:

Nu tar man in en författare som ska berätta om sin nya bok. Folk har fattat att det inte är en instängd typ som på ett navelskådande sätt läser ur sin lilla text. Man pratar om den kreativa processen, om att ta sig ur bekvämlighetszonen och förverkliga ett drömprojekt. Sådant som *alla* människor går och tänker på. (*Dagens Nyheter* 11/11 2006)

Sara Lindegren, marknadschef på Forum förlag, intervjuas i samma artikel:

Vi ser en tydlig attitydförändring hos många nya författare. Vi brukar skoja om att de pratar ”läckbergska”. Camilla Läckberg är ju marknadsekonom i botten och slänger sig med uttryck som ”varumärke” och ”medieexponering”. Om man tidigare tyckt att det varit fult att ha sin bok bredvid kötttdisken på Ica, så är det plötsligt fint och bra.

Det krävs helt enkelt fler och större grepp för att bryta igenom dagens mediebrus, fortsätter hon. Det är ingen slump att bokförlagens marknadsavdelningar har vuxit stadigt de senaste tio åren. Tidigare handlade allt om recensionerna på kultursidorna. I dag kan det vara lika mycket värt att sitta i en morgonsoffa i tv. (*Dagens Nyheter* 11/11 2006)

Det förefaller klart att kultur och ekonomi är sammanflätade i detta kretslopp kring lanseringen av det lokala via skönlitteratur, filmatiseringar och författare. Det finns i forskningen många benämningar på dagens samhälle: nätverksamhället (Castells 1999), kunskapsamhället, upplevelseekonomin (Pine & Gilmore 1999), drömsamhället (Jensen 1999) och den nya ekonomin. Många av upphovspersonerna till dessa begrepp menar att det är en brytningstid och att vi numera lever i en flexibel ”postfordistisk” produktion. Inom både ekonomisk forskning och kulturforskning talas det om en kulturaliserad ekonomi, vilket brukar beskrivas som att vi lever i en tid med både ett förändrat produk-

tionssätt och förändrade föreställningar, vilka bygger på ett annat tänkande. Symboler, stämningar och evenemang betraktas ofta som viktigare än själva produkterna, varorna eller tjänsterna. Samtidigt blir det alltmer oklart vad som är process och vad som är produkt i denna utveckling och allt svårare att skilja ekonomiska och kulturella uttryck åt. Performativitet och kulturellt kapital har blivit viktiga verktyg (jfr Löfgren 2003, Petersson 2003). Kulturella processer och värden används i ren affärsverksamhet på ett sätt som inte varit lika tydligt tidigare. För att få genomslag och lyckas med sin affärsidé krävs det förmåga att knyta samman ett antal betydelsebärande element. Detta handlar till stor del om varumärkesbyggande i en tid då företagens utseende och uppträdande har blivit en viktig faktor för lönsamhet, vilket Orvar Löfgren illustrerar genom att karaktärisera den nya ekonomin som en ”catwalk economy” där det nya hela tiden iscensätts (Löfgren 2003). Det föranleder mig att komma in på det jag inledningsvis talade om: hur litteratur- och filmturism kan vara en illustration eller ett åskådliggörande av den kulturaliserade ekonomin – som går i båda riktningarna, det vill säga samtidigt som kulturella evenemang blir alltmer ekonomiserade, så blir ekonomin alltmer kulturaliserad. Olika intresseinriktningar och visioner tydliggörs just i detta konkreta exempel. För att lyckas gäller det att förse sina produkter med en attraktiv aura. Camilla Läckberg lyckas marknadsföra sig själv med hjälp av Fjällbacka men Fjällbacka har ännu inte funnit den vinnande formeln för att marknadsföra sig självt via Läckberg. Räcker Läckberg helt enkelt inte till? Eller handlar det mer om att man lokalt inte bestämt sig för hur man ska förhålla sig till Läckbergs platsexponering?

Det finns helt enkelt ekonomiska intressen i det emotionella, det upplevda. Allt oftare saluförs känsloupplevelser och produkter med symboliska värden kopplade till känslor på olika sätt. Det är visserligen inte nytt att varor och upplevelser har symboliska, identitetsmarkerande och kommunikativa kvaliteter men en del av dessa kvaliteter har blivit tydligare och syns på fler arenor än tidigare. Många företag saluför sina produkter till exempel utifrån deras identitetsskapande potential och kulturella värden har blivit alltmer framträdande i det ekonomiska fältet. Men det syns också tydligare än någonsin att det fungerar tvärtom: att man i de traditionella kulturella fälten ekonomiserar sina verksamheter (Bjurström & Nyblom 2010).

Som alltid när populärkultur blir alltför synlig har det kommit motreaktioner av olika slag och kanske är det ett av flera skäl till tvehågsenheten i hanterandet av Läckbergeffekten. Till exempel pågick våren 2007 en litteraturdebatt på flera av landets kultursidor där många förfärades över bästsäljande deckare och då i synnerhet flera av de kvinnliga deckarförfattarna (se vidare t.ex. Kärholm 2011). På många sätt kan man se att den debatten var början

till det som sedan formulerades i ett så kallat litterärt manifest. Som alltid har skett i det litterära kretsloppet formulerades kategorier av författare: författare antingen var formellt experimenterande eller publiktillvända, de senare exemplifierades ofta med Jan Guillou, Liza Marklund och Camilla Läckberg. Under 2009 formulerade sju svenska författare (Jens Liljestrand, Susanne Axmacher, Jerker Virdborg, Anne Swärd, Sven Olov Karlsson, Pauline Wolff och Jesper Högström) ett manifest för ett nytt litterärt decennium. De inleder så här:

Vi närmar oss ett nytt decennium: 2010-talet. Under det gångna årtiondet har det unga svenska prosaklimatet förändrats i tre olika inriktningar:

Det realistiska berättandet har annekterats av kriminal- och chick-lit-romanen.

Gränsen mellan den fiktiva och den självbiografiska prosan har suddats ut.

Det renodlade berättandet med konstnärliga anspråk har av såväl författare som kritiker nästan helt satts på undantag. (dn.se 22/8 2009)

De menar att svensk prosa hamnat i periferin, vad gäller både de litterära etablissemangen och läsarna. De vill bryta utvecklingen genom att bland annat återerövra berättandet:

Vi lovar att aldrig skriva böcker om unga shoppande kvinnor i stadsmiljö helt upptagna av kärleksaffärer och märkesvaror. Vi lovar också att aldrig – inte ens under pseudonym – skriva romaner om kommissarier eller journalister som löser mordgåtor på Öland eller Gotland eller i Skåne, Bohuslän, Närke, Västergötland, Östergötland, Uppland, Sörmland eller andra svenska landskap. (dn.se 22/8 2009)

De har en hel del andra förslag om hur denna utveckling ska bromsas: till exempel genom att de själva lovar att låta berättandet, miljöskildringen och karaktärsgestaltningen vara centrala och inte sätta stilen och formen i första rummet. De lovar också att undvika att använda självbiografi i sina romaner eller att skriva allför journalistiskt.³¹

En annan reaktion mot publiktillvända deckare och deras status kunde möjligen skönjas under 2010 års Bok- och biblioteksmässa som efter flera års haussning hade ovanligt liten betoning på deckare. Dessutom kom några framgångsrika deckarförfattare ut med nya böcker som de betonade *inte* var deckare. Året dessförinnan kom Olle Lönnaeus ut med boken *Det som ska sonas* som han och Åsa Linderborg diskuterade på ett seminarium (miniseminarieret "Rädsla i folkhemmet", Bok- och biblioteksmässan 2009). Linderborg

ville inte kalla boken för deckare: ”Det vore orättvist mot dig att säga så.” Men de kom fram till att det ändå var en mordgåta i centrum. Mord är ett sätt att höja dramatiken, sa Lönnæus. Varken Linderborg, Lönnæus eller Lönnæus förläggare menade att det var en deckare. Samma år belönades Lönnæus med Svenska Deckarakademiens debutantpris. Varför var det viktigt att slå fast vad boken *inte* var?

Dagens fixering vid författare säger en hel del om den tid vi lever i. Kommers kontra kvalitet är en diskussion som förefaller kvarstå. Det är utan tvekan en bokbransch i förändring, inte minst genom de litterära agenternas entré och etablering på bokmarknaden under 2000-talet.³² Författare byter agenter beroende på vem som bevakar deras intressen, en del agenter bevakar endast utlandsmarknaden medan andra finns på båda marknaderna och på förlagen diskuteras huruvida de litterära agenterna behövs eller inte. Nu när svenska författare haft stora framgångar utomlands växer agenternas betydelse. En del handlar om att författare är missnöjda med sina förlags engagemang i deras produktion, andra i hur deras böcker marknadsförs.³³ En del av dessa litterära agenter har varit med under en längre tid, men det är först nu de vunnit den stora marknaden.

FJÄLLBACKAS DECKARDROTTNING ELLER DECKARDROTTNINGENS FJÄLLBACKA?

Resor i författares, litteraturs och filmers fotspår kan sägas vara en mötesplats för olika populärkulturella och massmediala upplevelser. Böcker och film ingår liksom alla andra medier i olika populärkulturella sammanhang. Man kan exempelvis se hur bok blir film, hur filmatiseringen uppmärksammas och ny upplaga av boken trycks med bilder från filmen eller tv-serien, men även hur filmer bildar underlag för böcker, serier och följetonger. Till det kommer intresse för både böckers och filmatiseringars upphovsmän. En text ingår alltid i ett nät av relationer till andra texter. Man är en mediekonsument bara genom det faktum att man tänker tillbaka på det man läst, sett och upplevt utifrån mediala texter. Det är blandningen av de tidigare erfarenheterna och det man upplever nu som skapar upplevelserna: ”Samtidigt som vi står med fötterna stadigt planterade mitt i ett landskap reser vi samtidigt blixtsnabbt genom tusentals andra. Det är dessa möten mellan erfarenhetens, fantasins, medievärlden, minnets och dagdrömmens landskap vi bör försöka förstå”, skriver Orvar Löfgren (1997:49). Litteratur- och filmturism och det sätt jag närmat mig fältet handlar definitivt om kopplingar medier emellan. Medvetenhetsgrad varierar och skiftar mellan olika sätt på vilka mediala former

”talar” med varandra, men kopplingarna, ibland sammanblandningen och till och med sammansmältningen finns där.

Upplevelse- eller evenemangsindustrin bygger på hybridiseringsprocesser som suddar ut gränserna mellan olika traditionella sfärer som konsumtion, underhållning, social aktivitet, inläring, arbete och lek. Det är nytt och gammalt om vartannat men det nya är oftast just kombinationerna av olika delar. En hybrid är något nytt men också något bekant genom att det är en sorts korsning eller blandning. Nya medieteknologier har dessutom skapat nya möjligheter att integrera och utnyttja etablerade medieformer. Det och nya socio-kulturella sammanhang gör att traditionellt ”låga” och ”höga” kulturformer blandas och nu kringgärdas av nya smakdistinktioner. De gamla hierarkierna förändras, men i deras ställe kommer nya, och möjligen fler, hierarkiseringar.

Kultur och ekonomi är en laddad fråga – trots politiska handlingsdokument där samverkan mellan kulturpolitik och näringsliv poängteras – men mer laddad inom vissa fält än andra. Svenska kriminalromaner har haft genomslag utan dess like de senaste decennierna, nationellt och internationellt, vilket gjort dem till en väsentlig exportvara och ett sätt att marknadsföra Sverige och de specifika regioner de handlar om. Populariteten har dock haft ett pris. De litterära manifesten, de plötsliga genrebytena och distanserade förhållningssätt till turism i populära författares, böckers och filmers fotspår antyder att klyftan mellan högt och lågt fortfarande är aktuell.

Eftersom Camilla Läckberg som författare och person får så mycket medial uppmärksamhet och har valt att betona Fjällbacka i så många sammanhang, trots att hon inte längre bor där, så har uppmärksamheten betydelse för Fjällbacka som turistort. Lokalt har man inte riktigt kunnat enas om hur man ska hantera denna uppmärksamhet men man har skapat en beredskap för att hantera frågor som berör Läckberg och hennes författarskap. Hittills är det sällan de lokala arrangemangen som lockar människor – det har mer handlat om att ta hand om människorna när de väl kommer. Camilla Läckberg förefaller ha funnit en tacksam plats att arbeta med i sina böcker. Bohuslans kust är exotisk, inte minst i en tid där hav och kust har sådan status. Hon skriver om en plats med historia och väver in platsspecifika angelägenheter i sina berättelser. För att återknyta till rubriken, ”Fjällbackas deckardrottning eller deckardrottningens Fjällbacka”, så förefaller Fjällbacka hittills ha gjort mindre av sin författare än författaren gjort av orten men det råder ingen tvekan om att de använder varandra.

Vi bygger
Astrid Lindgrens Näs



SKANSKA

SANDBERGS  **BGK**
ARKITEKTKONTOR
MAX LINDBERG ARKITEKTER • BIL. 804 • TEL. 0470 103 00
BYGG OCH GRÄNÖPPHÅLLNINGAR
WWW.BGK.BY • 036-12 90 60

ISCENSÄTTNINGAR I ASTRID LINDGREN'S VÄRLD

MÅNGA AV SVERIGES LITTERÄRA SÄLLSKAP vårdar hus, museer och platser som på olika sätt anknyter till författare och ibland till de fiktiva personer och platser som deras böcker handlar om. Astrid Lindgren har en i detta sammanhang förhållandevis lång historia som turistmagnet. Detta leder oss till ytterligare en annan diskussion än dem som studierna av Mankell, Wallander och Ystad respektive Läckberg och Fjällbacka föranlett, även om det också här handlar om platsens betydelse. Det finns en koppling mellan Astrid Lindgren och Vimmerby och Småland som uppenbarligen lockar många besökare, även om också andra platser aspirerat på Lindgren. Det finns underförstått i Lindgrens berättelser en relation i synnerhet till Vimmerbytrakten som plats och det framträder ett tydligt behov hos henne att ”skriva platsen”, tiden och sammanhanget. Likaväl som människor fascinerats av hennes berättelser fascinerats de av den plats och det samhälle hon berättat om.

Denna delstudie är ett konkret exempel på hur verklighet men också fiktion, i olika mediala former, används för att profilera en plats för både utifrån kommande besökare och lokala invånare. I och med att man går in i en delvis fiktionaliserad värld – en sorts imaginär geografi – när en plats lanseras via skönlitterära berättelser, behöver man inte vara långväga besökare för att uppleva det exotiska i just detta Småland. Vilken roll förefaller det småländska spela för besökare i Vimmerby i spåren av Astrid Lindgren och/eller hennes fiktiva gestalter? Det är en av de frågor jag ställer. Större vikt läggs vid diskussion om vad kopplingen till Vimmerby representerar och vilken roll den spelar för dem som lanserar och saluför Astrid Lindgren. Vad är det för slags turistupplevelser de olika producenterna vill marknadsföra och varför? Detta är således ett exempel på hur en författare inte bara marknadsför sig själv utan också används av många intressenter: lokalbefolkningen, lokala entreprenörer, politiker och så vidare. Olika tolkningar av plats kopplade till Astrid Lindgren

kommer att diskuteras utifrån begreppen kulturarv och nostalgi. Ett sätt att få syn på de tillrättalagda men tidstypiska berättelserna kring kulturarv är att undersöka hur olika aktörer verkar och förmedlar, men också hur de iscensätter det de menar är centralt att förmedla.

BAKGRUND

Så här i efterhand inser jag hur naiv jag var som bara kastade mig in i Astrid Lindgrens värld. Mitt intresse var kopplat till satsningarna på Näs, det kulturcentrum som då höll på att byggas i Vimmerby. Jag förstod att satsningen skapat stora diskussioner, lokalt och nationellt, om hur man skulle arbeta med Astrid Lindgrens författarskap kopplat till turism. Det har skrivits, och skrivs, oändligt mycket om Lindgrens författarskap och jag har inga ambitioner att försöka förhålla mig till detta. Det är inte författarskapet som är intressant i just denna studie, liksom jag inte diskuterat innehållet i du Mauriers, Brontës, Christies, Mankells eller Läckbergs böcker eller filmatiseringarna av nämnda verk. Inte heller är det författarna i sig som betonas, även om de är närvarande eftersom de används lokalt – och använder det lokala – och har kommit att representera vissa platser och till och med värderingar. Det handlar mer om marknadsföringen.

När förberedelserna inför 100-årsjubileet av Astrid Lindgrens födelse pågick för fullt under 2007 besökte jag Vimmerby för att fältarbета. Under jubileumsåret skulle mycket hända i Vimmerby. Bland annat skulle Nya Näs, ett åretruntöppet kunskapscentrum, invigas. Kunskapscentrum Näs är inhyst i prästgården som ligger på den mark där Astrid Lindgren lekte som barn. Intill ligger såväl det hus där hon bodde under sina första barndomsår, som det hus i vilket familjen sedan flyttade in. Intill prästgården har byggts en ny utställningshall, kallad Paviljongen, som härbärgerar en utställning om Astrid Lindgrens liv och författarskap. Där har man bland annat visat hur Näs såg ut 1915 när Astrid Lindgren var barn i utställningen "Hela världens Astrid Lindgren".

Jubileumsåret uppmärksammades inte bara i Vimmerby även om det arbetades intensivt för att fokus skulle ligga där. Nya böcker gavs ut, Kulturhuset i Stockholm gjorde en utställning med nya, okända och framför allt privata bilder av författaren och Kungliga Biblioteket en annan om Astrid Lindgren som opinionsbildare. Även utomlands försiggick jubileumsfirande bland annat genom utställningar i samband med olika bokmässor och en mängd hyllningstidningar gavs ut.

Vid tiden för det längre av mina fältarbeten var Nya Näs under uppbygg-

nad. Verksamheten i prästgården, som var en del av detta kunskapscentrum, var dock i gång, med jubileumskansli och museipedagog samt uppbyggnad av bibliotek och arkiv. Jag hade möjligheten att bli den första forskaren som fick hyra ett av de två forskarrummen. Jag gjorde ett antal djupintervjuer, tog del av olika sorters dokument. Framför allt var jag på plats, mitt i Lindgrenland.³⁴ Eftersom det var jubileumsår gavs möjlighet att ta del av diskussioner kring förvaltandet av detta författarskap i flera andra sammanhang, som temakväll på Akademiska föreningen i Lund och i paneler och föredrag på Bok- och biblioteksmässan i Göteborg, för att nämna några av tillfällena. Jag träffade människor kopplade till satsningarna även efter vistelsen i Vimmerby och gjorde intervjuer både i Lund och i Stockholm. För att komplettera bilden av satsningarna på Astrid Lindgren som attraktion besökte jag Junibacken i Stockholm vid ett par tillfällen och intervjuade en av de ansvariga för verksamheten där.

Jag behövde inte vara så länge i Vimmerby för att inse att det är mycket Astrid Lindgren i Vimmerby även om det inte alltid är jubileumsår. Det talades om Astrid Lindgrens hembygd, Astrid Lindgrens barndom, Astrid Lindgrens barndomshem, Astrid Lindgrens stol, Astrid Lindgrenleden, Astrid Lindgrens gata, Astrid Lindgrenkonferens vartannat åt. Det var daghemmet Bullerbyn, Emils Katthult, Emil & Idas bed and breakfast ... ”Det är som när Pippi räknar guldpengar”, sa en av informanterna träffsäkert.

Astrid Lindgren används mycket, även som slagträ för olika typer av kontroverser. Det var uppenbart att det fanns många föreställningar om förvaltandet av Astrid Lindgrens författarskap men också idéer om hur det går att göra affärer av människors associationer och relation till hennes verk, böcker såväl som filmatiseringar. Det blev också uppenbart att det, åtminstone kommunalt, fanns en favoritberättelse om hur kommunen lyckats bli en omtalad turistattraktion. Ett flertal gånger berättades för mig hur Vimmerby blivit den turistattraktion staden numera är. I den berättelsen ingår till exempel de barnfamiljer som samlades kring byggandet av några hus i skala 1:3, som utgjorde lekparken Sagoby, inspirerade av Lindgrens sagor. Likaså ingår berättelsen om vad Astrid Lindgren själv sagt, tyckt och gjort i anslutning till olika satsningar. Inte sällan ingår skapelseberättelser, berättelser om hur saker och ting blivit som de blev, av detta slag i lanseringen av platser. Vi har sett exempel på detta ovan från Ystad, men också hur en (eller flera) sådana håller på att skapas i Fjällbacka. Ett exempel är när Camilla Läckberg offentligt berättar hur man i Fjällbacka diskuterat hur man skulle hantera Läckberg-effekten. Vidmakthållandet av dessa tematiserade attraktioner blir därmed en del av den affärsdrivande strategin, den *storytelling* som också ingår i den sorts manuelltänkande i turismsatsningar jag skrivit om ovan. Turistanläggningars



I bokbandeln i Vimmerby finns många verk av och om Lindgren, även avsedda för de utländska turisterna.

historiska bakgrund och tillkomsthistoria utgör allt oftare en viktig berättelse som används i marknadsföringen och som ett sätt att skapa historisk aura (Strömberg 2007). Här kan vi tala om olika sorters historisk aura: vi har den om Astrid Lindgrens liv men också den om förvaltandet av henne i till exempel temaparken Astrid Lindgrens Värld (ALV) som från början var Sagoby. ALV:s skapelseberättelse återges av många. Jag fick mig den till livs i flera av mina intervjuer och har sedan dess läst utsagor av såväl människor som deltagit i uppbyggandet som utifrånkommande (t.ex. Karlén 2004, Törnqvist 2007, Althén 2010). Det är påtagligt att den lokala opinionen varit engagerad och aktiv men också att den lokala tidningen *Vimmerby Tidning* haft en central roll i opinionsbildningen (se vidare Althén 2010).

Vad är då Vimmerby för ort? Den ligger bortom allfarvägarna i flera bemärkelser. Detta görs det till och med en poäng av i marknadsföringen, där det påpekas att det visserligen är en bit att ta sig, men att det är ungefär lika långt till Vimmerby från landets tre storstäder, det vill säga från vilket centrum

man än far är det ungefär 30 mil till denna så kallade periferi som därigenom görs till centrum.

Det bor 16 000 människor i Vimmerby kommun, varav hälften i själva tätorten. Vimmerby är en gammal handelsstad med många starka entreprenörer som har vuxit med privat kapital, påpekade en av kommunens representanter som också hävdade att det finns en tradition av småföretagande. Det planerade man att ta till vara genom nya samverkansstrategier för att bättre kunna samla, förmedla och använda kunskap i utvecklingen av näringslivet i kommunen. Vid tiden för jubileet och fältarbetet var flera informanter djupt engagerade i näringslivsutvecklingen och forandet av strategiska planer, helt i enlighet med formuleringarna i regeringens handlingsplan om "kultur" som ett uppenbart medel: "Att förmedla en bild av Sverige som ett kreativt, öppet land där kultur och konstnärligt skapande tas tillvara kan bidra till att öka handel och investeringar" (2009:2:3).³⁵ Genom samverkan mellan kultur och näringsliv ska såväl sysselsättningen som tillväxt och export kunna öka. Som jag ska visa kan satsningarna på Astrid Lindgren ses som en del av detta.

ATT "ÄGA" EN FÖRFATTARE

Det är ett privilegium att få förvalta arvet efter en så stor konstnär som Astrid Lindgren i sin kommun, men det innebär också ett stort ansvar, sa dåvarande kommunfullmäktigeordföranden i Vimmerby i samband med en konferens om litterära museer och författar- och konstnärshem hösten 2006. Vad är det då för privilegium? Fjällbackaexemplet visar att det till och med kan vara tyngande att få chansen att förvalta. Och handlar hanterandet av Astrid Lindgrens arv lokalt om förvaltande? Vad händer om vi i stället talar om exploatering, eftersom det fanns tydliga sådana tendenser? Finns det en motsättning mellan att förvalta och turistiskt förmedla eller rent av kommersialisera?

Kommunfullmäktiges ordförande betonade kopplingen mellan liv och verk och menade att det skapar en dynamik och en kreativitet. Den kopplingen är tydligare i denna studie än i de andra två delstudierna i denna bok, men inte olik de engelska exemplen. Astrid Lindgren går att likna vid förvaltandet av och satsningarna på besöksnäring i spåren av du Maurier, Brontë och Christie på ett annat sätt än Mankell och Läckberg, inte bara för att de skriver inom olika genrer utan framför allt för att de var verksamma under andra tider och deras böcker och filmatiseringar hunnit bli lästa och sedda av flera generationer. Trots det kan man hos flera av dem se en sorts revitalisering, eller upprättelse, om man så vill. Deras författarskap förvaltas och används mer än någonsin, om än på olika sätt.

Vem var då Astrid Lindgren? Ja, bilderna är många och både före och efter hennes bortgång 2002 har det som sagt skrivits åtskilligt. Redan under hennes levnad diskuterades olika sorters museer kring hennes författarskap. För att göra en lång och diskuterad författarhistoria kort kan sägas att Lindgren författade en ansevärd mängd skönlitterära böcker, varav många av de mest kända är barnböcker. Detta gjorde hon delvis samtidigt som hon arbetade som barnboks-förläggare. Hon var tidig med att betona barnens roll som medskapare i ett litterärt författarskap. Det brukar sägas att den moderna svenska barn- och ungdomsboken föddes efter andra världskriget och stabiliserades som genre under 1960-talet. Astrid Lindgren skrev om detta redan 1953. Hon bidrog till att höja barnlitteraturens status och var den första som krävde att barnlitteraturen skulle värderas på samma sätt som alla andra böcker. Detta drev hon både som förlagsredaktör och som författare. I Vimmerby är de kommunala representanterna mer försiktiga med att tala om Astrid Lindgren som barnboks-författare och betonar numera mycket hellre författarskapet i stort: "Just författarskapet, berättelserna, konsten att skriva på det sättet och bakgrunden till det. Det är väldigt mycket litteratur över huvud taget som är förknippat med Astrid Lindgren", sa en lokal näringsidkare i en intervju.

Astrid Lindgrens betydelse var tydlig vid ett seminarium om "Astrid som opinionsbildare" på Bok- och biblioteksmässan 2007. En kvinna i publiken sa att Lindgren "har skapat ett samhälle som vi som är födda på sextio-talet är uppväxta i, vare sig vi faktiskt var där eller ej. Bullerbyn och Saltkråkan blev vårt" (Bok- och biblioteksmässan 2007). Vid ett annat seminarium, en diskussion mellan journalisten John Chrispinsson och Lindgrenillustratören Ilon Wikland, sa Chrispinsson att Lindgrens verk ofta förknippas med "den lyckliga barndomen" (Bok- och biblioteksmässan 2007). Landskapen som blev våra och föreställningen om den lyckliga barndomen återkommer jag till. Många av dem som jag intervjuade talade om det folkliga hos Astrid Lindgren, hennes förankring i människors medvetande och hennes symboliska betydelse. Det formulerades på många olika sätt och kopplades till sådant som olika tiders, platser och egenskapers betydelser.

"Astrid Lindgren är en stark symbol för många människor. Många i Sverige, nästan alla, skulle jag vilja säga, har någon slags relation till henne", sa en av dem som arbetade med jubileumsåret för Lindgren: "Astrid känns på något sätt lite som hon är allas egendom, just därför att hon är så förankrad i folks medvetande." Astrid Lindgrens författarskap genomsyrar till och med en del av vårt språk genom olika uttryck och metaforer. Vad som inbegrips i till exempel "bulla-bykänsla" har vi alla en uppfattning om, så snart vi hör det omnämnas, och beteckningen har som citatet från Bokmässan visar blivit ett

allmänt begrepp. Begreppet är så pass använt och symboliskt laddat att Språkrådet valde ordet Bullerbysyndromet, eller Bullerbüsyndromet, till månadens nya svenska ord i februari 2008 (www.sprakradet.se/2457). I artikeln påpekas att begreppet kopplas till en idyllisk föreställning om ett Sverige som inte finns. Begreppet aktualiserades i samband med att tv-serien *Inga Lindström* visades i Tyskland och därmed förvaltade en medierad föreställning om en svensk idyll som är påfallande lik den som finns bland annat i Astrid Lindgrens Bullerbyböcker, menar Språkrådet.

Etnologen Markus Idvall visar i intervjuer med danska och tyska husägare i Småland hur den röda småländska stugan är intimt förknippad med föreställningen om vad bullerbyhus och Astrid Lindgrens litterära värld är (2009). Han menar att bullerbyhusen och de associationer de väcker eller de rumsliga representationer de skapar skänker en särskild atmosfär åt regionen. Lindgrens värld representerar enligt hans informanter den positiva sidan av småskaligheten, gemenskapen och traditionen, där berättelserna om samhörighet, lek och trygghet får stort utrymme. Den mörka sidan får i stället i Idvalls intervjuer representeras av Vilhelm Mobergs litterära skildringar som sätter fattigtorpet med dess associationer till magra skördar, förtryck och utvandring i centrum (jfr Aronsson 2004). Idvall menar att dessa associationer snarare än att fungera avskräckande ger de danska och tyska husägarna en sorts historisk förklaring. Nu är ju inte heller Lindgrens berättelser befriade från mörka sidor. Oberoende av det förefaller inte så kallade mörka berättelser avskräcka besökare i författares, böckers och filmers fotspår. I så fall skulle ingen vandra i vare sig Wallanders eller Läckbergs fiktiva gestalters fotspår. Men låt oss nu se hur Astrid Lindgrens engagemang tagits till vara.

Gemensamt för mina intervjuer med kommunala tjänstemän och människor verksamma inom olika delar av turismbranschen var att nästan alla talade om värdet av att arbeta och verka i Astrids anda – men vad menade man med det? Många av dem som jag har intervjuat inom kommun och turism sa sig vilja skapa en bild av det förgångna, men också en föreställning om det äkta och autentiska utifrån Astrid Lindgrens författarskap. De ville visa hur Småland såg ut ”förr,” ett obestämt tidigt 1900-tal, men också passa på att visa att det på sina håll fortfarande ser ut såsom landskapet framställs i Astrid Lindgrens berättelser. Under hela min vistelse i Vimmerby påmindes jag om denna tanke, att Astrid Lindgrens Småland finns i ”verkligheten”. Påfallande många, i olika positioner, såg sig som förmedlare av just denna ”Astrids anda” och hade ett okomplicerat förhållande till dess innebörd. Det tycktes finnas en tyst överenskommelse om hur man exploaterar (ja, det ordet användes) Astrid Lindgren på ”rätt” sätt. Ändå har konflikter blossat upp genom åren



Astrid Lindgrens släktgård på Näs till höger, brevlåda med Lindgrenanknytning i Vimmerby centrum till vänster.

kring just detta. Alla distanserade sig från kommersialiserad litteratur- och filmturism trots att just balansen mellan det kommersiella och det ideella hela tiden aktualiserades och det relativt snart blev tydligt att många menade olika saker med Astrid Lindgrens anda: vad som ansågs värt att föra fram, hur det skulle göras, av vem och inte minst för vem.

ASTRID LINDGREN'S VÄRLD OCH ASTRID LINDGREN'S NÄS

Vad är då Näs? Näs är ett område strax utanför Vimmerby centrum, stort i fråga om både i areal och turistiska möjligheter. Det var på Näs marker Astrid Lindgrens föräldrar en gång brukade jorden.³⁶ 1965 påbörjade man den stora förändringsprocessen på Näs som då inte längre var ett fungerande jordbruk. En av dem som var kommunalt aktiva då och som hade nära kontakt med Astrid Lindgren berättade:

Jag sa långt tidigare att vi skulle spara lite mark kring Näs. Jag hade en känsla av att i framtiden blir det fokus här, det blir en turistström så Vimmerbyborna får tycka vad de vill, för turisterna kommer ändå. [---] Då var inte Astrid Lindgrens namn så stort och lyste så klart som det gjort på senare tid. För jag kommer ihåg, det fanns en kommunalpolitiker som tyckte då när vi diskuterade den här motionen, att ”vad ska vi krusa henne för. Hon flydde ju



Familjen Ericssons brevlåda till vänster, barndomsbrevet på Näs till höger.

härifrån, hon har ju inte bott här sedan hon var barn”. [---] Det är tack vare Astrid Lindgren som Vimmerby är en turistort i dag. Tidigare fanns inget mer dött än Vimmerby på sommartid. Alla åkte härifrån. Åkte till kusten, hade stugor och båtar och så där.

En liten del av den gamla kohagen på Näs finns numera bevarad – det är den enda återstående jordbruksmarken. Den nyare arrendatorsbostaden köptes av Astrid Lindgrens bror Gunnar Ericsson och det äldre barndomsbrevet av Lindgren själv. Det var i denna veva hon började återskapa barndomsbrevet. När Astrid Lindgren dog ärvde Gunnar Ericssons döttrar även hennes hus. Kommunen använde sin förköpsrätt för att köpa prästgården och ett relativt stort tillhörande markområde när kyrkan sålde ut hus och mark.

Det förefaller råda konsensus kring att källan till Lindgrens författarskap finns på Näs, det återkommer i de flesta fora:

Det var här på Näs som hon klättrade i sockerdricksträdet (som fortfarande finns kvar i prästgårdsparken) och lekte med sina syskon i snickerbo. Det var här hon hoppade i hö och lyssnade till sagor i Kristins kök.

Astrid Lindgrens far Samuel August Ericsson var bonde och prästgårdsarrendator. Det röda 1700-talshus där hon föddes ägs idag av Astrids släktingar. Barndomsbrevet är fortfarande intakt, såsom det var när Astrid var liten flicka. Det var författarinnan själv som redan för många år sedan

återställde nedervåningen till ursprungligt skick. De flesta ursprungliga inventarier och ägodelar finns kvar, vilket gör det till en stor upplevelse att komma in i Astrid Lindgrens alldeles unika och äkta barndomshem. (www.astridlindgrensnas.se/)

De uppenbara besöksmål som skapats på området är författarmuseet som skapats i barndomshemmet och som presenteras i citatet, en liten butik, ”Boa”, som slakten hållit i gång, släktgården samt Paviljongen som är utställningshallen på Näs. Den invigdes tillsammans med kunskapscentrumet i prästgården i samband med 100-årsminnet 2007. ALV ligger också på Näs, väster om prästgården, om än inte i omedelbar närhet. Till temaparken hör campingplats, stugby och parkering. Besökarna behöver alltså inte lämna området för att äta, sova eller handla (Althén & Essen 2010). Mellan prästgården och temaparken ligger bostadsområdet Bullerbyn, det som medieforskarna Konstantin Economou och Rakel Hergli kallar för ett slags verklighetsvärld till skillnad från sagovärlden ALV och ursprungsvärlden barndomshemmet Näs. Som ytterligare en plats ser de det vanliga Vimmerby, dit besökare inte alltid kommer. Där finns Vimmerbyborna, som också har en relation till Astrid Lindgren och hennes berättelser (Althén & Essen 2010).

I kommunen arbetas aktivt för att behålla landskapet öppet och levande och för att bevara den här omtalade lokala karaktären.

För det tycker vi är viktigt att lyfta fram för att det ska bli en äkthet. När man går ut från Astrid Lindgrens Värld så kommer man in i Astrid Lindgrens värld. För det är de här hagarna där hon var med pappa när han var lantbrukare, det var här hennes väninnor bodde, här bodde hennes väninna som var apotekardotter då. Att det hänger ihop. För annars kan du ju egentligen flytta Astrid Lindgrens Värld vart som helst. Men det som gör att det är så framgångsrikt här tror jag är för att det är på genuin mark. (Representant för turism)

Föreställningar om det genuina och det äkta är andra ingredienser som vanligen betonas i turistiska sammanhang. Det ger anledning till en diskussion framöver om huruvida det går att se Astrid Lindgren och hennes författarskap som kulturarvsskapande.

Temaparken ALV startades som sagt i betydligt mindre skala för mer än 20 år sedan av några Vimmerbyfamiljer. De byggde till en början upp några miljöer ur Astrid Lindgrens böcker som fungerade som en allmän lekmiljö, Sagoby, och lade då grunden till Astrid Lindgrens Värld. Stora investe-

ringar gjordes och bolaget gick sedermera i konkurs. Kommunen gick in som delägare 1992, och från och med 1999 blev bolaget helt kommunalägt. Man hade då nobbat ett bud från en kedja med infotainmentparker, den sortens tidstypiska satsningar som bland andra Pine och Gilmore talar om, där mer seriös kunskap och information kombineras med underhållning. Egentligen är det samma utveckling som Astrid Lindgrens Värld genomgått, men med lokal förankring av ägandet. Astrid Lindgren var själv drivande för att kommunen skulle gå in i det företag som Astrid Lindgrens Värld utgör. Det är ett affärsdrivande företag med vinstkrav som har ett avtal med det som numera heter Saltkråkan AB, ett familjeföretag som ägs av Astrid Lindgrens släktingar och som innehar alla rättigheter till Astrid Lindgrens verk. Bolaget avstår från royaltys och har gjort så sedan parkens grundande, under förutsättning att inga medel tas ut för annat än återinvestering.³⁷

ALV profilerar sig som en teaterpark och är Sveriges största utomhusteater. Det är berättelserna i böckerna som står i centrum och de flesta av de miljöer som byggts upp i parken anses inte behöva någon presentation, för de är så välkända. Samma informanter menar att det framför allt är Pippi Långstrump, Emil i Lönneberga och Karlsson på taket som är ”allmän egendom”. I dessa miljöer kan besökare leka, se teater och möta Astrid Lindgrens olika karaktärer.

Varför var det så viktigt med den lokala förankringen i ägandet men också att ha ett ”oberoende” programråd när förändringar diskuteras? Att företagen ägs, åtminstone delvis, av människor eller organisationer knutna till bygden kan ses som en del av arbetet med varumärkesbyggande. Genom att visa att man inte ingår i ett multinationellt företag betonas en sorts autenticitet och varumärket blir på så sätt mer exklusivt och paradoxalt nog också ännu starkare.

Temaparken Astrid Lindgrens värld var alltså väl etablerad när man började planera för jubileumsåret och förnyelse av varumärket Astrid Lindgren. Man planerade i god tid. 2003 åkte representanter för Vimmerby kommun till Odense, H.C. Andersens födelseort, för att se hur de arbetat med ett författarjubileum där. 2004 kom Jan Gunnarsson och pratade om det goda värdskapet, samma Gunnarsson som sedan var i Fjällbacka och inspirerade. En slutsats man drog av erfarenheter efter H.C. Andersen-jubileet i Odense var att mans skulle slå vakt om att inte huvudstaden tog över hela arrangemanget. I Vimmerby valde man därför att bygga upp ett professionellt jubileumskansli. Samarbetet med till exempel Sagohuset Junibacken i Stockholm eller Kneippbyn på Gotland där filmerna om Pippi Långstrump spelades in har aldrig varit av någon större omfattning, så inte heller inför jubileumsåret.

Bibliotekarien och Astrid Lindgren-kännaren Lena Törnqvist anlitas för

att göra en utredning om vad prästgården skulle användas till och stora delar av det arbetet har legat till grund för byggandet av kunskapscentrumet Näs, ett dokumentations- och informationscentrum med Astrid Lindgrens liv och gärning i centrum. Det fanns politisk enighet bakom det nya projektet och alla föreföll vara överens om att kommunens framtid låg i Astrid Lindgrens namn och de möjligheter det öppnade (Törnqvist 2007). Administrativt lades projektet direkt under kommunledningen, för att betona hur viktigt och centralt det var. Men då kom en kraftig reaktion från allmänheten och ett av stadens starka opinionsorgan, *Vimmerby Tidning*. Man ansåg att projektet skulle bli för dyrt och man kunde inte se den framtida nyttan med en sådan satsning. Skriverierna och diskussionerna blev många. Dessvärre hoppade Lena Törnqvist slutligen av strax före jubileet. När jag kom till Vimmerby var många fortfarande påverkade av kritiken och diskussionerna. Flera menade att de inte skulle kunna genomföra satsningen som planerat utan Törnqvist. Satsningen genomfördes dock, även om den säkert hade sett annorlunda ut om Törnqvist med sin Lindgrenkunskap varit kvar. Många var dessutom tilltufsade av den process och de reaktioner som framtagningen av ett minnesmärke till Lindgrens minne skapat. Tillsammans med Statens Konstråd anordnades en tävling där ett antal välrenommerade konstnärer deltog. Förslagen ledde också de till en folkstorm. Även här var *Vimmerby Tidning* engagerad. Det slutade med att det vinnande förslaget inte placerades där det var tänkt, på torget i Vimmerby, utan på Näs. Till torget beställdes i stället en ny och föreställande skulptur.

Det betonades att Nya Näs inte var en konkurrent till ALV utan tänkt som ett komplement. Kommunens representanter föreställde sig kulturcentrumet Näs som ett turistiskt besöksmål: ”Jag är övertygad om att för framtiden kommer Näs att ha större betydelse för Vimmerby än vad Astrid Lindgrens Värld har”, sa en representant för kommun och näringsliv. Inspiration för hela satsningen hämtades från internationella satsningar på konstnärliga personligheter, till exempel William Shakespeares födelsestad Stratford-upon-Avon med långt över en miljon besökare och Salzburg där Mozart föddes. På dessa platser har man skapat turistattraktioner genom att göra museer av födelse- eller barndoms hemmet, vilket inspirerat hundratals andra satsningar världen över. Tydliga besöksmål för olika kategorier besökare har varit det som eftersträvats: till Astrid Lindgrens Värld skulle de söka sig som ville ha en upplevelse utifrån Astrid Lindgrens böcker, till Näs de som ville ha en ”djupare upplevelse” och lära känna personen Astrid Lindgren, ungefär som de besökare som följer i framför allt Kurt Wallanders fotspår söker sig till Ystad medan de som följer författaren Henning Mankell förväntas söka sig till Sveg.

Kunskapscentrumet Näs var planerat att bli ett kunskapscentrum utan vinstkrav, men självfinansierande när den initiala finansieringen med EU-pengar tagit slut. Det är ofta lättare att få pengar till näringslivsprojekt än till kulturprojekt, vilket gör att projekt gärna omtalas i termer av besöksnäring och upplevelseindustri snarare än som renodlade kulturprojekt. När representanter för kommunens näringsliv säger att ”vi talar inte så mycket turism i Vimmerby längre. Vi pratar gärna besöksnäring eller upplevelseindustri” är det ett exempel på hur marknadskrafterna även styr språket. Det är svårt att få acceptans för att kultur har ett egenvärde, sa en av informanterna, och förklarade att ju mer det talades om besöksnäring, ju mer legitimitet fick satsningarna. Språk och satsningar anpassas efter penningpåse. Om turismen ska utvecklas måste det tillföras kunskap, menade en annan av dem jag intervjuat som varit engagerad i förvaltandet av författarskapet Astrid Lindgren och som drivit frågan om Näs som kunskapscentrum. Nu när Näs alltmer användes som en del av besöksnäringen menade hon att det förfelat sitt syfte. Skapandet av detta centrum med forskningsmiljö, utställningsmöjligheter och öppnande av barndomshemmet ledde uppenbart till ett tydliggörande av hur olika förvaltandet av Astrid Lindgrens minne hanterades. Några ville betona kunskapsförvaltandet och det seriösa i satsningen, för andra var det viktigare att Näs blev en del av den så kallade besöksnäringen och därmed också i den vinstdrivande affärsutvecklingen. Kritiker av Nya Näs, och då framför allt den nybyggda utställningshallen och dess utställning, menade att det mer var en byggnad och utställning som skulle fungera iögonfallande än att det egentligen handlade om kunskapsproduktion eller förvaltande av kulturarv. Åter andra såg ingen motsättning i dessa förhållningssätt.

VIMMERBYS ASTRID LINDGREN ELLER ASTRID LINDGREN S VIMMERBY?

”Vi sitter på en guldklimp”, sa en av dem som var ansvariga för turismen, men som samtidigt påpekade att Pippi Långstrump och temaparken Astrid Lindgrens Värld i Vimmerby varit och fortfarande var de starkaste varumärkena. Nöjes- och temaparken Astrid Lindgrens Värld har varit motorn som lockat besökare till Vimmerby, och dessa besökare ville kommunens representant också locka till andra turistiska attraktioner, både sådana som var kopplade till Astrid Lindgren och helt andra. Inte sällan genom att, som det ofta formulerades, förädla, paketera och på olika sätt utveckla det befintliga så att det blev spännande attraktioner (Karlén 2004). Att ha en så stor attraktion som ALV hade gjort det svårt att föra fram andra saker, till exempel personen

Astrid Lindgren, menade en representant för turism: ”Hon står för så mycket klokskap som många behöver ta del av.” Men det hade också lett till en uppdelning inom turismsektorn där ALV drivit och de andra hakat på. ”Vimmerbys befolkning har väldigt mycket suttit på åskådarplats och sett hur bordet har dukats i form av aktiviteter de kan göra och så vidare”, sa en av de ansvariga för ALV. Detta, menar en del, gäller även lokala näringsidkare. En del har till och med valt bort säsongsförlängning eftersom de tycker att de har mycket nog under den intensiva sommarsäsongen. När ALV har som flest besökare kompletterar flera lokala entreprenörer genom att satsa på mat och boende: ”Det är ju inte fy skam, för det är ju det som inbringar mest pengar plus att man inte har behövt göra någon marknadsföring, för den har Astrid Lindgrens Värld gjort. Hotellen och restaurangerna, de är ganska bortskämda och det har vi konstaterat mer än en gång”, sa en representant för turismsektorn som hade önskat att fler hade arbetat för att utveckla turismen ytterligare. Vid tiden för fältarbetet talades om cirka 450 helårssysselsatta i besöksnäringen i Vimmerby, vilket gjort turism till en betydande näring. Det fanns dock önskemål om fler arbetstillfällen, men framför allt om en jämnare fördelning över året.

Turismnäringen i Vimmerby har fortsatt att utvecklas sedan jag gjorde mina intervjuer i Vimmerby i samband med byggandet av Nya Näs. På så sätt har ambitionerna förverkligats. Näs har lockat besökare, även om det har svag förankring i lokalsamhället. Ytterst få fastboende hade varit där under centrumets första år, menar Althén och Essen (2010) som gjort studier där efter att jag gjorde mina intervjuer. Fortfarande är det ALV som är den stora attraktionen. Där har verksamheten utvecklats och temaparken besöks av nästan en halv miljon människor, främst under sommarhalvåret.

Vimmerby kommun har, liksom kommuner på många andra håll i Sverige, arbetat med samhällsutveckling lokalt genom att formulera strategier för framtidsutveckling. Det är kommunerna det åligger att genomföra nationella reformprogram alltsedan kommunsammanslagningensreformerna för åtskilliga decennier sedan. Under 2000-talet har det blivit allt viktigare för kommunerna att profilera och marknadsföra sig på olika sätt för att locka människor och företag att flytta till, stanna kvar i och verka i den egna kommunen. I Vimmerby antog kommunfullmäktige 2007 en lokal utvecklingsplan (LUP) som innehåller visioner om ett framtida samhälle och vars värdegrunder är inspirerade av Astrid Lindgrens författarskap, livsgärning och förhållningssätt. Varumärkesarbetet i Vimmerby intensifierades just under den period då jag gjorde flera av intervjuerna. Denna värdegrund sammanfattas i egenskaperna *ansvar, mod och fantasi*, tre ord som flera av mina informanter återkom till ett flertal gånger i våra samtal. ”Det ska varje Vimmerbybo, vilken position han

eller hon har, kunna ta till sig. Vi har till exempel skrivit och arbetat in de här tre ledorden i vår ledningsfilosofi i kommunen”, berättade en representant för kommun och näringsliv. Mycket i detta sätt att formulera sig kring marknadsföring och kommuners utveckling, genom att tala om till exempel samverkan och besöksnäring snarare än turism, är tidstypiskt. Det ska jag snart återkomma till.

Hur förankras då sådana här tankar? I Vimmerby läser skolbarnen Astrid Lindgrens böcker på samtliga stadier i grundskolan. Det finns till och med en särskild Astrid Lindgren-plan. En av grundskolorna heter Astrid Lindgrens skola och de beskriver på sin hemsida att ”kärnan i vår verksamhet är Astrid Lindgren. Hennes person och värderingar går som en röd tråd genom barnens första sex skolår”.³⁸ Några informanter berättar hur de som barn under 1970- och 80-talet engagerades som statister i filminspelningarna baserade på Astrid Lindgrens böcker. Det gav en särskild relation till berättelserna men också till författaren som de ibland såg när hon besökte Vimmerby. Många familjer har årskort på ALV och går dit flera gånger om året. Temaparken har dessutom gett goda möjligheter till sommararbete och åtskilliga Vimmerbybor har sett ALV bakom kulisserna.

Målet är att invånarna ska se sig som ambassadörer för sin hembygd genom att förmedla de platser och miljöer som anses ha påverkat Astrid Lindgren i hennes författarskap. Trots det påpekar några informanter risken i att Lindgren slits ut som varumärke genom att överanvändas:

Vi hade bekanta som var här över en helg. Så skulle vi gå en promenad ute i naturen och då var det en sådan här skylt om den här rundan. Så stod de här och när de läst så sa de ”Ah, vad skönt, här står det inte ett ord om Astrid Lindgren”. På något sätt blir det *för* mycket. Och till slut, hur mycket och hur länge kommer entusiasmen bland befolkningen att finnas kvar?

Under ett par decennier har det varit Astrid Lindgrens Värld som lockat folk, det förefaller vara klart. Men alla dessa turismsatsningar har skapat en lokal diskussion där en hel del invånare menar att det ständigt satsas på turism men inte på de egna invånarna. Man ser inte kopplingen mellan de turistiska satsningarna och stärkt lokal ekonomi. Kanske syns detta tydligast i det förhållningssätt som kommer till uttryck hos kommunens ungdomar, menar sociologen Lotta Svensson som forskat om ungdomars relationer till lokal och regional utveckling (2010). När barnen väl blivit ungdomar visar studier att många tycker att det satsas för mycket på turister och att de ibland till och med känner sig exkluderade. Få unga Vimmerbybor ser sig som delaktiga i det



I Vimmerby har man sedan länge vant sig vid framför allt de tyska turisternas intresse för Småland, och besöksinformation ges även på tyska.

kommunala utvecklingsarbetet. Inte heller upplever de sig som engagerade i satsningarna på kulturarvet efter Astrid Lindgren, trots de goda ambitioner som uttrycks i de kommunala visionsdokumenten och genom särskilda ambitioner i grundskolan och trots att många gör kopplingen mellan Lindgren och förutsättningar för unga att utvecklas (Svensson 2010).

I den lokala utvecklingsplanen beskrivs Astrid Lindgren som något för Vimmerbyborna att samlas kring. Det har dock förekommit kritik mot att kommunen inte lyckats hålla dokumentet levande och att begreppen är oklara: ”Här är ju heller ingen riktigt på det klara med vad som är mod, ansvar, fantasi om man ska vara krass”, sa en lokal näringsidkare. Visionen kopplas systematiskt till Astrid Lindgren och hennes författarskap. I strävan att profilera Vimmerby lyfts vissa värden fram som man vill att Vimmerby ska förknippas med, samtidigt som vissa platser lyfts fram som representativa för Vimmerby och dess plats i världen. På så sätt kan marknadsföringen sägas bidra till att forma föreställningen om platsen och platsen i sig, skriver kulturgeografen Josefine Syssner (2010). Det är både värderingar hämtade från Astrid Lindgrens idévärld och miljöer med koppling till Astrid Lindgrens liv och författarskap som

lyfts fram när Vimmerby som varumärke kommuniceras. Att knyta Vimmerby så starkt till Astrid Lindgren är, menar Syssner, resultatet av ett samarbete med konsultbolaget Geobrands där det påpekades att kommunen hade mycket att vinna på att vårda och utveckla kopplingen mellan Vimmerby och författaren och personen Astrid Lindgren, bortom hennes litterära gestalter, de som får så stort utrymme i ALV (Syssner 2010). Jämförelser kan göras med den konsultrapport som i Ystad beställdes från Cloudberry Communication för att beräkna exponeringsvärdet av Wallanderfilmerna (Lind 2006) och sedan den rapport som samma företag gjorde för att beräkna de ekonomiska effekterna och exponeringsvärdet av Stockholmsregionen i de svenska Millenniumfilmerna (Lind 2011). Syssner menar att Geobrands också ligger bakom förslaget att positionera Vimmerby som en ort i Småland (jfr Sjöholm 2009). Kopplingen till Småland förefaller så självklar för oss utifrån men alla Vimmerbybor håller inte med om det. En del ser sig hellre som östgötar än som smålänningar. För andra är det uppenbart: ”Vi jobbar med en identitet som i högsta grad är småländsk. Astrid Lindgren, hon förknippas ju med Småland. Hon är ju småländska. Hon talar bara om Småland. För henne fanns det ju ingenting annat”, sa till exempel en representant för ALV.

I Vimmerby, liksom vi sett i fallet Fjällbacka, finns det en kluvenhet till turismexpansionen. En del ser det som ett problem och påpekar att delar av befolkningen inte insett värdet av turismen för den lokala utvecklingen. I Ystad menar turismansvariga att de lyckats relativt väl med att förankra satsningarna lokalt.

ASTRID LINDGREN – ETT SÄTT ATT SKAPA LOKAL IDENTITET?

Platser marknadsförs som ett sätt att rädda lokala ekonomier. Att saluföra Astrid Lindgren ur ett regionalt utvecklingsperspektiv är ur den synvinkeln en strategi för att förhöja Vimmerbys och Smålands attraktionskraft, och i längden Sveriges. Därför har det betydelse att se när och för vem de olika platserna betonas. När betonas Näs, det vill säga platsen för barndomshemmet, och när står Vimmerby eller Småland eller rent av Sverige i fokus?

Vilken plats som än betonas blir det ett sätt att locka turister, men påfallande ofta också en process för de fastboende att identifiera sig med platsen:

Astrid Lindgren är Småland, det är på småländskt vis med små röda stugor och småländsk mat. De pratar om småländsk mat i hennes berättelser. Så visst är det så att det är Småland [...] men som inbiten Vimmerbybo så tror

jag ändå att det är Vimmerby hon berättar om. (Representant för turism och näringsliv och Vimmerbybo sedan barnsben.)

Marknadsföring av platser riktas ofta både utåt mot besökare, turister, investerare med flera och inåt mot invånarna i syfte att skapa enighet, gemensam identitet och stolthet. Platsmarknadsföring är en platsskapande process, vilket innebär att när vissa platser fokuseras, så skjuts andra i bakgrunden och därmed kan det sägas att platsmarknadsföring handlar om skapande av en plats där vissa värden prioriteras framför andra (se t.ex. Ek 2007, Sysner 2010). Ofta är denna sorts process politiskt förankrad i ett långsiktigt visionsarbete. I Vimmerby kom det till uttryck i den lokala utvecklingsplanen. Att betona att Astrid Lindgren kom från trakten, men också att det var där hon egentligen ville vara och att det var där hon placerade flera av sina fiktiva gestalter blir för Vimmerbyborna, men säkert också för människor inom en vidare räjong, ett sätt att skapa lokal identitet. I handlingsplanen står det att människor i Vimmerby ska kunna förvalta och vidareförmedla kommunens värderingar till besökare. Detta finns här, i byarna intill Vimmerby där Emil bodde, där Bullerbybarnen lekte, där Madicken bodde och där rekvisitan och inspirationen till Pippis miljöer finns. Själv betonade Astrid Lindgren Näs och barndomshemmet snarare än Vimmerby, enligt flera informanter. Vissa Vimmerbybor sa att Astrid Lindgren inte blivit något utan Vimmerby, fler menade att Vimmerby aldrig skulle ha blivit så känt och så besökt om det inte vore för Astrid Lindgren.

Flera återkommer till att det fysiska kulturlandskap som Astrid Lindgren beskriver i sina böcker finns i verkligheten. ”Man behöver inte åka mer än några kilometer ut så ser man de här landskapen och de ser i det närmaste likadana ut och det går fortfarande djur i hagarna”, sa till exempel en representant för kultur- och fritidsförvaltningen. Så formuleras det även i den kommunala handlingsplanen:

Våra värdegrunder är inspirerade av Astrid Lindgren, av hennes författarskap, livsgärning och förhållningssätt till individens ansvar för framtiden.

I Vimmerby finns Astrid Lindgrens värld både alldeles på riktigt och som ett uppskattat besöksmål. Namnet Astrid Lindgren präglar samhällslivet i Vimmerby inte bara genom ökat antal turister utan också på det sätt hennes livsgärning påverkar människors tankar och värderingar. För Vimmerby kommun känns det naturligt att bygga vår framtid och vår utveckling på värderingar som Astrid Lindgren representerar.

Den värdegrund Vimmerby på detta sätt vill ha som utgångspunkt kan

sammanfattas i egenskaperna ansvar, mod och fantasi. (Ur Lokal utvecklings- och översiktsplan 2007 för Vimmerby kommun)

Med *ansvar* menas enligt planen bland annat att hushålla med både ekonomiska resurser och det naturen ger. Det skrivs i texten att Astrid Lindgren hämtade ”kraft och inspiration i de småländska hagarna och skogarna” och att man önskar att även ortens invånare ska kunna det.

Mod handlar om att våga gå sina egna vägar, med Astrid Lindgren som förebild. Hon vågade ta ställning, hade förmåga att bilda opinion även i obevakade frågor och hade unik integritet, står det.

Om *fantasi* står det att det är en kreativ kraft som kan leda till förnyelse och framtidsdrömmar. Det är en förutsättning för förändring och utveckling och har man kul har man lust att tillsammans skapa en bättre framtid. Astrid Lindgrens författarskap kan stimulera till kreativitet och fantasi, hopp och framtidstro.

Ja, det kan vara ett privilegium att förvalta arvet efter Astrid Lindgren, som kommunfullmäktiges ordförande sa och som jag citerar ovan, och det kan skapa dynamik och kreativitet. Men det tydliggör också vilken mängd olika förhållningssätt som finns till utveckling av en kommun. Låt oss se hur man konkret kan följa i Astrid Lindgrens spår, innan vi kommer in på vad förvaltandet står för.

ISCENSÄTTNINGAR

Det finns flera möjligheter att följa i spåren av Astrid Lindgren, antingen hennes egna eller i hennes fiktiva gestalter. Vanligen är det en kombination. Det finns en barnkarta som heter ”Följ med på en promenad i Astrid Lindgrens fotspår” och som besökaren själv får följa. Den togs fram år 2000 via ett skolprojekt på Vimmerbys högstadium, tillsammans med lärare, föreningsengagerade och turismansvariga. Uppdateringar har gjorts efter hand. På kartan finns tio platser markerade och beskrivna. På flera av punkterna finns citat ur böcker. Turen börjar vid Torget och Rådhuset där turistbyrån finns inhyst och där det tre gånger om året är marknad. Det citeras ur *Emil i Lönneberga* och Emils besök på Vimmerbymarknaden i oktober. Plats nummer två ligger också på Torget, åtföljd av en berättelse om ett Astrid Lindgrenhyss på vinden i ett av husen där hennes kamrat bodde. Tredje platsen är Båtsmansbacken som kopplas till *Mästerdetektiven Kalle Blomkvist*. Fjärde punkten markerar det som var förebilden till Pippi Långstrumps karamellaffär. Emil i Lönneberga besökte doktorn i Mariannelund när han inte fick loss soppskålen som

han fastnat i. Platsen där den scenen filmades, en gård inne på Klemens Gränd, finns utmärkt som punkt fem. Borgmästargården ur en annan Emil-bok är punkt sex. Punkt sju och åtta är placerade på kyrkogården och vi får veta att Astrid Lindgrens grav finns där och att gravstenen hämtats från Näs. Vi får också veta att där finns gravkorset som inspirerade henne till *Bröderna Lejonhjärta*. Förebilden till Madicken vilar i graven intill. Näs är platsen där vandringen avslutas vid sockerdricksträdet och barndomshemmet där familjen bodde tills Astrid Lindgren var 13 år. Då flyttade de in i det nybyggda gula huset som sägs vara förebild till Villa Villekulla: ”Den, som har lite fantasi, kan framför sig se Lilla Gubben på verandan”, står det. Dessa platser återkommer i flera av de vandringar som rekommenderas i olika sammanhang: minnestidningar i samband med Lindgrens bortgång och jubileet 2007, men också i andra specialutgåvor som Vimmerby kommun, *Vimmerby Tidning* eller turismnäringen ger ut. Ibland tillkommer ”Bullerbyn” och ”Katthult”, beroende på hur lång turen kan vara.

1965 tog Astrid Lindgrens släkt över barndomshemmet. Astrid Lindgren var själv engagerad i en museifiering av barndomshemmet och återfann en del av de ursprungliga inventarierna genom att åka runt på auktioner och kontakta släktingar som kunde tänkas ha kvar saker. Hon ville visa hur det var vid tiden för hennes uppväxt, utan att betona sig själv alltför mycket, berättade en av dem som arbetat med henne. Hon skänkte huset till brorsdöttrarna och skrev instruktioner för hur de skulle göra om ”ni ska visa det här”, berättade en representant för kulturcentrumet Näs, som var engagerad i öppnandet av barndomshemmet som museum. Astrid Lindgren sägs ha varit väl medveten om vad hon förvaldade och att människor var intresserade av hennes biografi. I samband med 100-årsjubileet öppnades barndomshemmet för mer offentliga visningar. Övervåningen är numera moderniserad och används fortfarande av släktingar liksom ett av rummen på bottenvåningen; resten är museum. De flesta möblerna i barndomshemmet är original, ”såsom hon mindes det”, menade representanten för Näs. Hemmet möblerades såsom det en gång sett ut, för att visa ett svenskt bondehem i början av 1900-talet, säger några informanter, medan andra menar att det handlade om att skapa ett äreminne. Det beror helt enkelt på vilken historia som berättas.

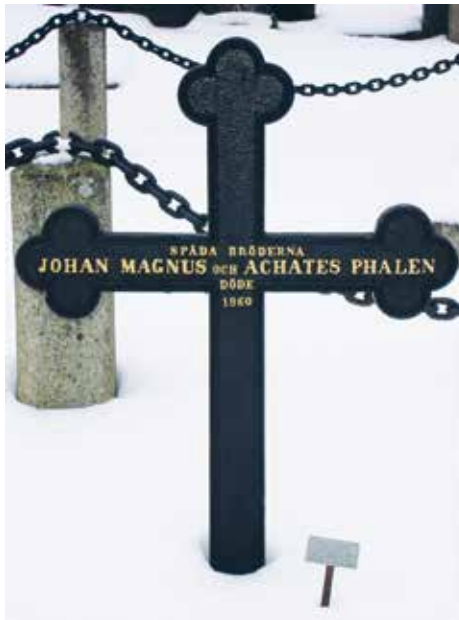
När det guidas på Näs händer det som ofta sker på personmuseer: livet på Näs blir allas. Astrid Lindgren nämns med förnamn, liksom hennes far Samuel August och mor Hanna (se vidare Kaijser 2002, Meurling 2005). Prästgården på Näs är utan tvekan en väsentlig del av Astrid Lindgrens barndomskvarter; där står också det träd som sägs vara Pippi Långstrumps sockerdricksträd. När jag första gången besökte Näs uppmanade guiden oss att fotografera



"Pippis sockerdrinksträd" på Näs.



Oauktoriserad karta över kyrkogården i Vimmerby. Korset nedan till vänster är rest över de bröder som var verklighetens förebilder till de fiktiva bröderna Lejonhjärta. Brevlådan till höger ställdes upp vid Astrid Lindgrens grav, då så många besökare lämnade meddelanden till författaren vid hennes gravsten.



sockerdrinkstrådet. Man vet vad vi som turister vill se, men också vad vi vill dokumentera och ta med oss hem. Det ingår i en genre, och redan tidigt i denna guidning blandas så kallad fakta och fiktion såsom ofta sker i guidningar. Här kan jämföras med flera ovan nämnda guideade turer, såväl i Ystad som till exempel i Torquay.

”Allt vi säger och visar ska ha med Astrid att göra”, sa guiden som visade runt i barndomshemmet och i Vimmerby. Det är en småstad det berättades om och guiden föreslog att vi skulle tänka oss 1910-talet. Astrid Lindgrens berättelser handlar om ett ”förr” som vi kan koppla till tidigt svenskt 1900-tal som fungerar som en kontrast till vår egen tid, sa hon vidare. Berättelserna handlar ofta om en dröm om det enklare livet och det tas upp åtskilliga gånger i visningarna. I den guideade turen i barndomshemmet lyfts fram att lek, gemenskap och påhittighet var centrala i Astrid Lindgrens barndom och att mycket av det som hände då kom att ligga till grund för hennes berättelser.

Vad Astrid kan tänkas ha upplevt i Vimmerby står alltså i centrum för berättelserna, men inte allt kring hennes liv, betonade guiden för att visa att de har respekt för det privata. Vad är det då som väljs ut att berättas och därmed väljs bort, här likaväl som i andra guideade turer? Lindgrenkännaren Lena Törnqvist utarbetade kursplaner för Astrid Lindgren-kurser som gick av stapeln i början av 2000-talet för guider och andra intresserade. Kursen hade många och ambitiösa föreläsningar och en diger litteraturlista. Vissa deltagare skrev examensuppgift och blev diplomerade Astrid Lindgren-guider. Några av dem som gått grundkursen var heltidsanställda på ALV. ”Förutom kunskap om Astrid fick man också lära sig att det här berättar vi och det här behöver man inte berätta. Folk frågar ju väldigt mycket privat om henne, hur hon blev med barn, vem som var fadern, vad alla sa, hur folk hade dött i hennes släkt, ja, jättemycket frågor kommer hela tiden”, berättade en av kursdeltagarna.

Vandringarna som utgår från Näs leds av museipedagoger och bygger på ett material som Lena Törnqvist utarbetat. Manus för guidningarna har både fotnoter om detaljer för den specialintresserade och hänvisning till varifrån materialet är hämtat, i händelse av att någon skulle fråga eller om guiden skulle vilja fördjupa något efter hand.

Turen börjar med en bakgrundsbeskrivning av Näs och prästgården och är ett stycke svensk historieskrivning. När barndomshemmet visas berättas släkt-historia, om hur familjen hamnade på Näs men också om det bullerbyliv på Näs som Astrid Lindgren och hennes syskon levde. Här börjar de skönlitterära böckernas berättelser kopplas till det liv Lindgren levde och lekte, samtidigt som det är en närgående beskrivning av hur gården såg ut när hon växte upp och vad som finns kvar i dag. Denna vandring är betydligt mer detaljerad än

andra Lindgrenvandringar i Vimmerby. När det andra barndomshemmet, det gula huset på Näs, beskrivs står det till exempel att huset kan ha varit förebild till Villa Villekulla, vilket vi hört i andra turer, men här fördjupas kunskapen och vi får veta att historien om hästen som bor på verandan egentligen inspirerats av en granne till Astrid Lindgrens hus i Furusund vid Stockholms skärgård, alltså inte i Småland.

På Näs, närmare bestämt på prästgårdstomten, står som sagt sockerdricks-trädet som också är Uggleträdet i *Alla vi barn i Bullerbyn*. Guiden läser här ur både *Alla vi barn i Bullerbyn* och *Pippi Långstrump går ombord*. ”Det framkommer tydliga samband mellan Astrid Lindgrens egna barndomsmiljöer och miljöerna i hennes böcker”, står det i manus och turen går vidare till stan och Madickens hus. För den ambitiösa guiden eller den vetgiriga deltagaren i vandringen finns det som sagt tips om vad som kan utvecklas vidare längs vägen just här. Den fiktiva Madicken sägs vara inspirerad av en av Astrid Lindgrens vänner och vid detta stopp beskrivs hur huset och kvarteret såg ut då flickorna var små. Även andra personer som inspirerat till böckerna beskrivs.

Vandringen går vidare till kreatursvallen där det hölls kohandel och gjordes hästaffärer och guiden läser ur *Nya hyss med Emil i Lönneberga*. Ur boken *Bullerbyboken* läses det när gruppen nått speceriaffären där Astrid Lindgren handlade som liten och som var platsen där skomakaren bodde som troligen var förebild till Skomakare Snäll i boken. Därifrån pekas den skola ut som är den enda i Sverige som bär Astrid Lindgrens namn. Nästa stopp är vid den skola där Astrid Lindgren själv gick. Längs vägen visas var olika byggnader har legat och berättas vilka personer som en gång bodde där, som kan tänkas ha inspirerat till olika fiktiva gestalter. Vid kyrkan berättas om hur Astrid Lindgren far friade till hennes mor. Här berättas också på klassiskt guide-mané om det rivningshotade huset som räddades efter en kraftig folkopinion och blev museum. Astrid Lindgren var engagerad i räddningsprocessen. Så följer Torget, Rådhuset, Astrid Lindgren-statyn³⁹, Stadshotellet, Lindgrens hyss vid Gamla apoteket, Båtsmansbacken och Klemens Gränd. Hela tiden varvas berättelser från Lindgrens liv med hur byggnader och miljöer såg ut då och vad som skulle kunna ha inspirerat till olika karaktärer eller situationer i böckerna. Turen går till Storgatan där *Vimmerby Tidning* ligger och där Astrid Lindgren började arbeta som 16-åring. Tidningens tryckeri passeras, liksom kaféet där Lindgrens föräldrar träffades regelbundet, samt Pippis karamellaffär. Där läses ur *Boken om Pippi Långstrump*. Näst sista stoppet är på Sevedsgatan där Astrid Lindgren såg sin första film på den biograf som då fanns. Kyrkogården är slutstoppet och här förevisas järnkorset på förebilderna till bröderna

Lejonhjärta bröderna Johan Magnus och Achates Phaléns grav, Madickens förebild Ann-Marie Fries grav, och Astrid Lindgrens egen grav, precis som i flera av de andra vandringarna. Lindgrens begravning ägde rum i Stockholms Storkyrka men urnsättningen skedde i Vimmerby.

Manuset avslutas med ”bra att veta”-information: Astrid Lindgren-biografiska fakta, antal böcker och filmer/tv-serier, viktiga personer, släktträd och översikt av de filminspelningar som gjorts baserade på Astrid Lindgrens böcker eller manus. Det senare säger en hel del om vilken typ av frågor guiderna brukar få. ”Det är Astrid själv som berättat”, sa guiden som vandrade med den grupp jag följde som ett sätt att verifiera stoffet som förmedlades. Det som gick att kontrollera hade kontrollerats – så det är inte bara skrönor, betonade hon. Genom citat ur böcker, från filmer och ur sånger, precis som många av de turer jag beskriver ovan, kunde vi relativt enkelt känna oss hemmastadda på de olika platserna. Men en del handlar också om att rent fysiskt få vandra i författarens fotspår. Att själv få vara på platsen, förflytta sig mellan platserna, se och känna relationen mellan dem. På en direkt fråga svarade guiden att det är konkreta saker många vill veta mer om: ”Det som är fysiskt med Astrid.” Att få se den skola hon gick i, att få föreställa sig att hon hade sprungit i den här trappan, att hon hade tittat ut genom det här fönstret och att hennes fötter hade trampat här, sa Astrid Lindgren-guiden.

Under vandringen vaggades vi in i en känsla för tiden men också i våra egna minnen av läsningar av de olika böckerna eller upplevelserna av de olika filmatiseringarna. Böcker och filmer har ofta en känslotvångande potential genom sin igenkännbarhet (Thrift 2004). Känslor är kulturellt bundna och är i enlighet med Nigel Thrifts resonemang kommunikation. Genom litterära resor kan känslor både uttryckas, förmedlas och framkallas. Känslor, atmosfär, auror och fantasi är gångbara i vårt samhälle, mer än någonsin tidigare. Denna sorts kvaliteter gör att företeelser kan laddas med olika betydelser i olika tider och i olika sammanhang. I turismbranschen är konkurrensen hård, så det gäller att sticka ut. Har man då en författare, en boksvit eller filmatiserade böcker som redan har fått mycket uppmärksamhet och som kanske till och med är någon sorts varumärke underlättar det förstås. Medier drar varandra.

Guiden berättade vidare att många som ringer till turistbyrån eller Näs vill veta mer om de fiktiva gestalterna: Var bodde bröderna Lejonhjärta innan de kom till Nangijala? Vilken stad, vilket hus, vilken gata? Men de finns inte i ”verkligheten”, förklarade hon och skruvade på sig när hon berättade. Lättast tyckte guiden det var med de personer som är intresserade av Astrid Lindgren som person, men många vill alltså veta mer om de fiktiva gestalterna.

De människorna är mycket intresserade av ”var fick hon allt ifrån”, ”var kom alla hennes idéer ifrån”, ”var fick hon sin inspiration ifrån”. Och det ser vi ganska mycket när vi läser böcker: ah, det har hon upplevt i barndomen och det har kommit in i den här boken, och den här boken. Och grejer hon blivit inspirerad av, människor på stan och så vidare. Det är mycket hon återanvänder. (Astrid Lindgren-guide)

Det finns mer Astrid Lindgren-relaterat i omgivningarna, även om en del menar att det borde kunna finnas ännu mer. Enligt handlingsplanen ligger utvecklingsmöjligheterna i arbetet med personen och författaren Astrid Lindgren. Den ambitionen har kommunen lyckats etablera och jag hör den formuleras många gånger, liksom föreställningen om att när man går ut från ALV kommer man in i Astrid Lindgrens värld och det är det som är det äkta Småland. Några informanter talar om vikten av att reglera vad som får saluföras. Det handlar helt enkelt om att hushålla med varumärket. Cykelleden Astrid Lindgrenleden mellan Jönköping och Västervik via Vimmerby dras fram som ett dåligt exempel på hur det kan bli när det inte finns någon långsiktighet och ingen som tar ansvar. På Svenska Cykelsällskapets hemsida står det att ”enda anknytningen till Astrid Lindgren verkar vara delen genom Vimmerby”.⁴⁰

Många besökare hänvisar till filmerna trots att ansvariga på ALV framhårdar i att säga att det är böckerna de arbetar med. ”Filmerna är mycket starkare”, säger mer än en av informanterna. Därför har inspelningsplatserna för filmerna utarbetats ytterligare. I Sevedstorp, som var Astrid Lindgrens pappa Samuel Augusts barndomshem, kommer besökaren till det som var filminspelningsplatsen för *Vi i Bullerbyn* från 1980-talet. Besökaren möts av tre hus som är igenkännbara från tv-serien. Det är en klassisk småländsk gårdsmiljö där det numera finns möjlighet för den hugade att hoppa i höskullen, dricka kaffe och kika i butiken, just den kombination som de flesta av oss numera förväntar oss när vi besöker en attraktion. Vi ska kunna roa oss, lära oss något, äta och shoppa. Därefter kan man åka vidare till Gibberyd/Katthult i Rumskulla socken, som är inspelningsplatsen för *Emil i Lönneberga*.

DET BIOGRAFISKA INTRESSET

Det går att tala om en sorts monumentbyggnad när någon eller något musealiseras, precis som när det skrivs självbiografier. Med musealisering menas här det vi kollektivt minns. Minnen är bärare av värden som är centrala för oss här och nu, vilket leder till att såväl objekt som personer kan laddas om och ges ny innebörd beroende på när, var och hur de aktualiseras. I vissa fall är förfat-

tarna själva aktörer i musealiseringen, som i detta fall där Astrid Lindgren själv initierade museiskapandet. Det är inte helt ovanligt och man kan fråga sig om när sådana här processer kommer i gång och varför. När det är författaren själv som rekonstruerar är det en del av en sorts metakonstruktion. Efter författarens död blir andra aktörer aktiva, till exempel makar eller släktingar, och intresset för personhistoria hos den så kallade breda allmänheten är stort. Vad som betonas i olika författares liv och verk beror på när insamling och förvaltande sker och vem som ansvarar för det. Hur vi minns och tolkar till exempel författarskap är kopplat till sin tid (Ek-Nilsson 2005, Meurling 2006).

Etnologen Billy Ehn skriver om den museala dubbelexponeringen och menar att när vi besöker museer, förväntas vi dels kunna se de utställda tingen som representationer, dels kunna bortse från att de är skilda från sina tidigare sammanhang (Ehn 1986:10). Museibesök, men också deltagande i olika sorters guidade turer, handlar en hel del om överenskommelser om vad som gäller. Somligt fokuseras och är viktigt att se och kunna fantisera kring, annat ska man helt enkelt inte se alls. Stefan Bohman skriver om hur de anställda vid personmuseer arbetar för att stärka känslan av *Genius loci*, en känsla för att den aktuella personen närvarar, det som han menar att många av besökarna letar efter och vill ha (Bohman 2010). Bohman, liksom Lotten Gustafsson Reinius, aktualiserar den kluvenhet som finns i museivärlden till det som ställs ut och visas: när det görs tillgängligt påbörjas också förfallet (Gustafsson Reinius 2008). När människor går på samma golv som Strindberg en gång gjorde slits det, vilket gör att det dels blir mindre och mindre samma golv som Strindberg faktiskt gick på, dels rent fysiskt slits ut.

Museer har många funktioner i dagens samhälle. I tidigare mål för kultur- miljövärden betonades mer den lokala identiteten och levandegörandet medan det nu alltmer är försvarande och bevarande, hållbarhet och multikulturell delaktighet och kommunikation som betonas (t.ex. Aronsson 2004).

Att ha en hembygd och identifieras med den kan vara värdefullt för en författare. På samma sätt är det ofta väsentligt för en ort eller bygd att visa att en stor författare har sina rötter där. Diskussionen och debatten om hur Astrid Lindgren skulle gestaltas i Vimmerby kan tolkas som en diskussion om vilken Astrid Lindgren man ville framhålla. Där blev de olika föreställningarna tydliga och synliggjorda på ett sätt som de annars sällan blivit i tal eftersom alla talar så högtidligt om henne. När Astrid Lindgren återigen skulle bli central i satsningarna på kunskapscentrumet blev de många och olika ambitionerna tydliga. Genom att exempelvis fråga vad som menades med "Astrids anda", ett uttryck som återkom i alla mina samtal och intervjuer, insåg jag att diskursen om Astrid Lindgren kan förefalla enhetlig, men i förlängningen leder denna

ytliga samstämmighet till olika uttryck. Kort sagt kan man säga att Astrid Lindgren används som medium för skilda slag av budskap (jfr Ek Nilsson 2005). Genom att inte mer tydligt definiera ”anda” undgick man att åskådliggöra de många och olika åsikter som fanns och finns.

Hembygd har en särskild betydelse i svensk retorik. Man ska komma någonstans ifrån och alla platser har inte lika stor betydelse, menar etnologen Katarina Ek-Nilsson när hon skriver att berättelser om Selma Lagerlöf ofta också handlar om kärleken till en hembygd (Ek-Nilsson 2005:63f). Om framgångsrika personer kommer från små orter eller landsbygden betonas det ofta. Vad gäller Selma Lagerlöf är det nästan alltid barndomshemmet Mårbacka, dit hon återkom under de sista åren i livet, som betonas, även om hon under många år bodde på andra platser. Precis som med andra samtida författare diskuteras det i det fallet huruvida hon medvetet skapade sitt hem som en offentlig scen som en del av marknadsföringen av den egna personen. Ek-Nilsson, liksom andra forskare, menar att Selma Lagerlöf var mycket medveten om representationerna av sig själv och att hon i hög grad själv bidrog till dem. Detsamma skriver litteraturvetaren Andreas Nyblom om Verner von Heidenstam (2008) och Anna Ingemark om Ellen Key (1998). Så får också sägas om Astrid Lindgren, även om det var på ett annat sätt och i en annan tid.

Skapandet av kunskapscentrumet Näs och öppnandet av barndomshemmet kan liknas vid hur andra litterära platser utvecklats. Ett internationellt exempel är de första besökarna i Haworth i England, som kom redan under Charlotte Brontës levnad. Skapandet av Brontësällskapet och öppnandet av museet och hemmet för turistiska ändamål var senare en del av en uppenbart affärsdriven strategi där det växte upp en helt ny marknad med utgångspunkt i författaren (Smith 2004).

Intresset för personhistoria inom det litterära fältet tog sig kraftfulla uttryck i Sverige redan under senare delen av 1800-talet, menar Andreas Nyblom. En del författare uppfattades som beundransvärda individer, vilket kunde visa sig som ren personkult. Kulten kunde även ta sig materiella uttryck, som museer, statyer, namn på gator och torg. Nyblom menar att det redan då fanns dimensioner i det litterära kretsloppet som sträckte sig långt bortom ”bara” böckerna och själva litteraturen. Kanske är det då vi ska söka rötterna till den litteratur- och filmturism som i dagens Sverige försöker bli en marknad att räkna med som vara, inte bara nationellt utan också internationellt? Kring litteratur skapas många olika sorters mening, inte bara i verket och kring dess skapare. Det bör denna studie vittna om. Det sätt som många av dagens författare använder och används till att marknadsföra en bygd eller själva arbetar med till exempel marknadsföring kan tolkas som en ny medvetenhet hos

dagens författare, förlag, litterära agenter och filmproducenter, men också till exempel hos kommuner om vad deras besökare och kommuninvånare vill ha. Marknadsföring och medialisering, kort sagt kändisskap, har på många sätt haft större betydelse för skapandet av föreställningar om författarna och deras verk än litteraturen själv (Nyblom 2008). I filmens värld var kändiskulten en del från början, liksom så kallade *celebrity studies* är ett forskningsfält inom brittiska och amerikanska kulturstudier alltsedan Richard Dyers studie *Stars* (1979) om filmindustrins stjärnor. Att synas var ett sätt att bli någon eller något, redan då. Det var ett sätt att göra personligheter kända och välkända namn och ansikten kunde användas för att förmedla en aura av flärd till olika slags varor. Samuel Clemens, mer känd som Mark Twain, registrerade till exempel sitt namn som varumärke för att bland annat skydda sina rättigheter till den mängd produkter som bar hans namn (Nyblom 2008:125f). I sekelskiftets Norden var det alltså inte ovanligt att författare blev kända just genom avbildning. Deras namn fanns på kakor, cigarrer, båtar, platser och storslagna evenemang som födelsedagsfiranden eller statyinvigningar.

I de författarhem som visas upp i publika sammanhang betonas ofta vissa ting framför andra, inte minst de som på något sätt kan kopplas till författarens profession, som delar av arbetsrummet, skrivbordet, skrivmaskinen och/eller fjäderpennan. Bohman talar om vikten av att upprätthålla en känsla av *genius loci*, en outtalad överenskommelse mellan museerna och besökarna om den aktuella personens närvaro (Bohman 2010). Det finns lite olika strategier från museernas sida för att uppnå denna känsla. Bohman talar om fyra typer, men påpekar att gränserna mellan dem är flytande. *Nyckeloriginal* är där möbler och föremål står kvar ungefär som under den aktuella personens levnad. *Rekonstruktion* innebär att originalmöbler och föremål samlas ihop efter hand för att efterlikna hur det en gång såg ut. En form av rekonstruktion är vad Bohman kallar *kopiering* och är när man inte har originalföremålen utan med tidstypiska möbler och föremål försöker efterlikna hur det kan tänkas ha sett ut. Slutligen talar Bohman om personmuseer där rum är *utställningslokal*, med montrar, tavelgallerier etc. Vad är det då som ska presenteras i personmuseet? Är det personens privatliv, verk eller roll i samhället, undrar Bohman, och tänker sig att liv, verk, idéer och bruk är fyra komponenter som påverkar varandra. Att skapa museer, bygga utställningar och iordningställa författarhem handlar om att rekonstruera, vad än skälet för skapandet är. Men det är en chimär att det ena är mer äkta än det andra, eftersom vi aldrig visar någons riktiga hem. Det är alltid en representation, en tolkning av något, eftersom det rör sig om något som ställs ut i ett nytt sammanhang. Här finns någon som valt att ett visst hem ska bli museum, någon som förvaltar och någon som ”besöker”.

I många fall kan man tala om tingens magiska kraft och aura. Etnologen Eva Persson har skrivit om hur ting rycks ur sitt sammanhang, rekonstrueras och sätts i nya sammanhang på museer. De måste kunna övertyga genom sin historia för att vara intressanta eftersom tingen ska förmedla ”känslan av det förflutna” (Persson 2002:78). Hur man ska förhålla sig till de ”äkta” tingen och barndomshemmet är intressant, inte minst i Astrid Lindgrens fall. Vems berättelse är det egentligen som ska berättas? Och vad händer när föremål plockas ut och sätts ihop i ett nytt sammanhang? En monter, en inhägnad eller en skylt har betydelse för att skapa vördnad inför föremålen. Det finns olika tekniker för att förstärka laddningen hos vissa utvalda, exklusiva ting. En teknik är att använda glasmonter där glaset både hindrar och bjuder in, eller som etnologen Robert Willim formulerar det: Där skyltfönstrets magi verkar, ”se men inte röra” (2008:46). Just frågan om att kunna röra eller förhindras att röra var en brännhet diskussion inför öppnandet av Astrid Lindgrens barndomshem. De som kom från museivärlden förfasade sig över att inget i barndomshemmet var katalogiserat eller skyddat. Vad skulle inte kunna hända med föremålen när en grupp människor, som man inte kan ha full kontroll över, släpptes in i hemmet? Andra funderade på hur till exempel bokhyllan med bland annat flera förstaupplagor av Astrid Lindgrens böcker som stod precis innanför dörren och inbjöd till bläddring skulle hanteras. Redan detta exempel visar hur olika professioners aspekter synliggörs i en situation som denna, när bygdens stora författare, hennes verk och historia ska förvaltas, förmedlas och marknadsföras.

Det finns en fascination för produktionsprocesser. Kanske är det just därför det är så vanligt att det i till exempel författarmuseer, men också i berättelser om författarens skapandeprocess, betonas hur författaren *gör*, det vill säga där åskådliggörs delar av arbetsprocessen genom att arbetsplatsen visas, liksom skrivdon, anteckningsböcker och andra materiellt laddade ting. Samtidigt visar det faktiskt inte hur en författare gör. Det är möjligen förutsättningarna för författande som iscensätts: platsen där skapandet sker och prylarna som möjliggör själva skrivandet. Kanske är det detta som kompenseras när det i så många guidade turer påpekas vilka miljöer som kan tänkas ha inspirerat författaren. Detta har säkert stor betydelse i ett land som Sverige där var och varannan sägs nära författardrömmar och ha manus i skrivbordslådan. Författaren, men också skrivprocessen eller research, romantiseras gärna. Det finns en lång tradition av heroiserande av det skrivande geniet och en del av det handlar säkert snarare om att skapa en aura av exklusivitet. Camilla Läckberg betonar sin vanlighet samtidigt som hon visar upp en glamorös sida. Henning Mankells gestalt Kurt Wallander sägs också illustrera en sorts vanlighet som är lätt att identifiera sig med. Författaren Henning Mankell skriver i olika

genrer, är politiskt engagerad och kreativ i flera bemärkelser och har blivit en författare som är värd ett kunskaps- och forskningscentrum. För Astrid Lindgren gäller detsamma – en person vars värderingar bildar grund för hela kommunens strategiska handlingsplan.

Jag har visat hur många guidade turer, i skrift eller verbalt, förmedlar samma sorts berättelser. Sådana berättelser och anekdoter bidrar till diskursen och musealiseringen och till befästandet av hur författare görs till tecken och symboler för olika tider och fenomen. Folkliga berättelser reproducerar, skriver Ek-Nilsson och undrar om de kanske ibland också reducerar. Man kan undra varför vissa berättelser återkommer och varför de får den betydelse de får. Ek-Nilsson gör en jämförelse mellan musealiseringen av Selma Lagerlöf och August Strindberg och menar att betoningarna är genusrelaterade. Berättelserna om Strindberg handlar påfallande ofta om hans handlingskraft, förändringsbenägenhet och styrka, det vill säga vad som ofta kopplas till maskulinitet. Fascinationen för sagomotiv, folklig berättartradition, lekfullheten, men också sorg och vemod framhålls dock mer sällan i Strindbergs fall trots att beskrivningarna passar in på både honom och Lagerlöf (Ek-Nilsson 2005). Vilka olika egenskaper är kopplade till tid, genus eller andra faktorer hos de författare som här behandlats?

Innan vi går vidare med diskussionen om Astrid Lindgren som kulturarv vill jag kort komma in på nostalgins betydelse i marknadsföringen av Lindgren, Vimmerby och Småland.

DRÖMMEN OM DET OFÖRVANSKADE

En del människor besöker litterära platser därför att det ger dem möjlighet att komma ihåg sin ungdom eller en tid då de kände sig lyckliga: "Nostalgia is memory with pain removed. The pain is today. We shed tears for the landscape we find no longer what it was, what we thought it was, or what we hoped it would be." Så har geografen David Lowenthal formulerat det (1985:8). Han har skrivit om hur det förflutna genom våra minnen kan berika och göra oss medvetna om det förgångna men samtidigt utarma oss beroende på vad vi tar till oss eller undviker.

Det finns nästan alltid flera skäl för en så kallad litterär turist att resa. Forskarna Busby och George har gjort en studie av litterära turisternas motivation att besöka en litterär plats, närmare bestämt ett Beatrix Potter-mål. De kom fram till att påfallande många besökte den litterära platsen därför att den återuppväckte barndomsminnen, det vill säga att de kom av uppenbart nostalgiska skäl. Här spelade det förstås roll att det var böcker som många

hade läst när de var barn. En tredjedel av resenärerna visste inte ens om att det var en litterär plats förrän de väl var där. Flera åkte till platsen för att få veta mer om bakgrunden till berättelsen och för att försöka förstå författaren och dennas arbete. Ytterligare en del blev lockade att besöka platsen efter att ha läst om den i böckerna och ville alltså uppleva det litterära landskapet, den plats som kan associeras med berättelsen (Busby & George 2005). Att resa av nostalgiska skäl är vanligt och väl dokumenterat (Herbert 1995, 2001, Squire 1996, Robinson & Andersen 2002). Mycket känns igen hos ALV-besökare: man återvänder med sina egna barn – ibland handlar det mer om den egna upplevelsen än om barnens. När jag gick runt i temaparken ALV hörde jag flera föräldrar just berätta för sina barn om hur det var när de själva var små (jfr Mathiesen Hjelm Dahl 2002). John Urry (1995, 2002) och David Herbert (1995) talar om att besökare av litterära platser har en ”romantic gaze” som är mer insiktsfull och målmedveten än många andra turisters. Vad gäller Astrid Lindgren talar många besökare, liksom kommunens representanter, i termer av igenkännande, som jag visat ovan. Frågan är om det inte var det Lindgren själv gjorde – återskapade en tid då hon själv var lycklig:

Det var Näs, barndomsgården, minnena därifrån och familjen som var viktiga för henne. Och på sätt och vis var det nog sin egen barndom hon ständigt sökte. Kanske var det därför som hon så oförskräckt gav sig in i den lokala debatten när den växande staden och invånarnas behov med åren hotade att radera ut miljöer hon mindes. (Törnqvist 2007:16)

Mycket av det som marknadsförs och som säljer bygger på berättelser om något unikt, något oförvanskat och äkta. Föreställningar om autenticitet används effektivt utifrån det som benämns som specifikt för platsen. Den regionala identiteten har på så sätt fått ökad betydelse. Sociologen Erika Andersson Cederholm har i flera sammanhang diskuterat betydelsen av känsla av äkthet. Hon pekar på att äkthet eller ursprunglighet i en sorts essentiell bemärkelse ofta betonas vad gäller saluförandet av såväl landskap som byggnader och inredningar (Andersson 2006). Autenticitet och anspelning på äkthet är ett klassiskt sätt att arbeta i turistiska sammanhang. Hela tiden görs en värdering av vad som är relevant att återberätta – och vad som inte är det.

Inledningsvis skrev jag om olika affärsdrivna strategier, till exempel tematiseringar av olika slag. I museivärlden har man under ett par decennier använt både metaforer och teknik från teaterns värld. Varje museum med självaktning har haft en scenograf anställd. Det finns många interagerande faktorer bakom upplevelseturismens framgångar. Det finns till exempel en museipedagogik



som hyllar *learning by doing* och som inte bara *förevisar* det som ska visas och förmedlas utan snarare *spelar* det. Dramatisering som förmedlingsform är inte alls ovanlig i personmuseer (se Meurling 2006) – det har blivit en del av en marknadsföringsstrategi. Cinetekets guide i Ystad påpekar till exempel att det alltid är lyckat att visa studion och be besökarna röra vid sakerna där och sitta i möblerna, i synnerhet för de många utländska besökarna. Det taktila är en viktig beståndsdel i iscensättningen av upplevelsen, precis det vi upplevde under besöket på exempelvis Greenway, Agatha Christies sommarhem.

I platsmarknadsföringen verkar filmvärlden under senare år snarare fungera som metodologisk förebild. Ibland används ett helt samhälle som scen för fiktiva berättelser. Konstvetaren Per Strömberg kallar transponeringen av myterna till fiktion för ”platsmytologisering” och menar liksom Andersson Cederholm att den bygger på en föreställning om just ”den besjälade platsen”. Den genomsyras av ett närmast essentialistiskt synsätt där platsen tillmäts vissa värden och kvaliteter som satt sin prägel på platsen som idé (Strömberg 2007:158f).

Många besöker litterära platser, för att de väcker barndomsminnen. Här en av de gatuvyer från Vimmerby som sägs ha inspirerat Astrid Lindgren.

Det handlar dock inte bara om en strävan efter det platsbundna, utan också om drömmen om ett oförvanskat turistmål. "Hemma" kan betyda väldigt många olika saker och det är minnet av hemma som hemlängtanskänslan vilar på. Det har både geografiska dimensioner som plats och landskap, kulturella som tradition och tillhörighet och framför allt emotionella dimensioner såsom gemenskap och identitet (Johannisson 2001). Denna längtan efter "hem", "hemkänsla" och ett enklare leverne är ett upplevelseideal med lång historia. Platser och rum som symboliserar gemenskap och närhet är viktiga och kan vara en av flera förklaringar till att intresset för att öppna olika prominenta personers hem är så stort och turistiskt framgångsrikt. Miljöer av detta slag ska både ge besökarna känslomässiga upplevelser och fungera stimulerande för fantasin genom att ge associationer till andra tider, miljöer och sammanhang.

För mig handlar det inte bara om att det är författaren utan det kan ju handla om en tidsperiod eller ett hem från en viss period. Det är jättekul att se det för att det är tjugotal. Det behöver ju inte alltid bero på författaren. Det är ett hem man kommer in i som är tidsenligt. (Biblioteksanställd)

Men det krävs vissa förutsättningar för att "komma i stämning" och det är däri arrangörernas utmaning ofta ligger, eftersom stämningen bygger på vad var och en har för egna erfarenheter och hur dessa korrelerar med det förevisade. Tekniken handlar om att få oss i stämning utifrån ett igenkännande, men också genom att få oss att längta efter sådant vi egentligen inte ens upplevt (jfr Sjöholm 2003). Vår förförståelse av ett landskap spelar roll för den litterära upplevelsen. Vi ger på så sätt själva läsoplevelsen en kontext. Läsaren har känslor för och förväntningar på en plats. De är sina egna *narrators* och läsningen ger var och en möjlighet att tolka författarmiljön på sitt sätt. Därigenom kan man till och med vara nostalgisk över en plats som inte finns eller som man aldrig upplevt på annat sätt än via läsningen. Appadurai talar om hur vissa historiska perioder kan användas för att locka fram känslor av nostalgi hos konsumenter. Dessa känslor, menar han, innehåller en del av en kommodifiering eller ett varugörande av tid. Han talar om kommersiell manipulation genom att känslor av förlust frammanas, trots att det är något som aldrig skett eller som man inte varit med om (Appadurai 1997:77, jfr Willim 2008). Det gör han utifrån termen *imaginated nostalgia*, och betonar då att det hela bygger på känslor baserade på frånvaron av egna minnen. Han talar även om *ersatz nostalgia* samt *armchair nostalgia* för att beskriva hur nostalgi kopplas samman med konsumtionssamhällets periodicitet och modeväxlingar (Appadurai 1997:78). Nostalgi är alltså en kraft att räkna med

i kommodifieringen av tid. Robert Willim betonar att alla nostalgiska känslor bör ses som mer eller mindre imaginära. Många turistiska satsningar bygger just på att man ska kunna göra en känslomässig och imaginär utflykt genom att associera till ett föreställt förflutet, en fiktiv skildring eller något annat imaginärt rum (Willim 2008).

I upplevelseindustrins tidevarv handlar mycket om att vi ska känna men också delta och då blir nostalgi en teknik. Vi försätts i denna stämning genom att använda våra olika sinnen, vilket gör det ytterst svårt att hålla total distans. Vi ska se, lukta, höra och känna på något, vilket gör oss till medproducenter av våra upplevelser. Etnologen Ulrika Wolf-Knuts ser nostalgi som ett slags lek med tiden, en lek med begär (1995). Idéhistorikern Karin Johannisson menar att detta gör att nostalgi numera återvänt som en accepterad känsla – en känsla som till och med fått status som en sorts modern melankoli (2001).

ALLAS VÅR ASTRID – SKAPANDET AV ETT KULTURARV

Kultur arv sägs ofta fungera som en gemensam referensram samtidigt som det har flera olika funktioner – det kan exempelvis handla om att visa upp historia, det kan röra sig om nationellt, etniskt eller annat identitetsskapande och det kan gälla tillhörighet kontra utanförskap. Det kan finnas eller ha skapats för att informera eller utbilda om något eller, som Willim menar i sin studie, fungera som en exotisk kuliss för nytt företagande eller upplevelseproduktion. Han menar dock att det sällan går att dra någon tydlig skiljelinje mellan det känslomässiga och det pedagogiska (Willim 2008). Det som approprieras laddas och ges nytt värde men skapar också en sorts helhetsupplevelse där de enskilda faktorerna är svåra att urskilja. Kultur arv är samlingsnamn för många fenomen och förändras ständigt beroende på trender och intressen. Ofta har något utsetts till kultur arv för att det höll på att försvinna och ansetts värt att bevara. Vad är då egentligen ett kultur arv? Inom turismbranschen liksom inom museivärlden används en mängd olika tekniker för att skapa upplevelser av ett visst historiskt skeende, till exempel använder man sig av vissa teman, fiktiva gestalter eller anspelningar på känslor som igenkännande och nostalgi. Kultur arvturism är ytterligare en form av turism med växande marknad, där plats och olika sorters sevärdheter utnyttjas (Lowenthal 1998). Hanterandet av Astrid Lindgrens författarskap är ett illustrativt exempel på processen då kultur arv görs till en attraktiv produkt, för Lindgrens författarskap kan på många sätt ses som ett slags kultur arv. I produktionen av ett kultur arv eller i saluförandet av en plats, eller för den delen en författare, är det alltid vissa saker som betonas mer än andra. Processen hur kultur arv produceras, konsumeras

och iscensätts är intressant för att förstå delar av fältet litterär turism, men också för att förstå hur en plats, en person eller en företeelse kan få en specifik betydelse. Vad som är kulturarv formuleras och förhandlas fram i möten mellan olika intressen, exempelvis mellan marknaden och turismen (Persson 1999). Kulturarv är dessutom, menar etnologen Owe Ronström, något som både skapas och används för bestämda syften (2008). Historikern Peter Aronsson använder begreppet historiebruk och menar att det förflutna ofta används för att skapa mening och handling för samtiden (2004). Kort kan sägas att när något utnämns till kulturarv skapas en speciell sorts historiebruk genom att det är en viss sorts historia som ses som särskilt värd att vårda, förmedla och skydda. När något väljs ut till kulturarv händer också något med vårt sätt att tänka om det: processen är aldrig neutral. Det finns alltid många olika historier kopplade till en plats och vilka berättelser som lyfts fram är en komplex process som bland annat beror på vilket syfte man har. Vad händer med kulturarv när de anpassas till den turistiska situationen? Det får inte ta för lång tid innan ett kulturarv exponeras, inte vara för detaljerat och heller inte alltför uppslukande. Vad händer när något som valts ut till kulturarv dessutom ska göras till en vara, något som ska vara åtråvärt och gå att sälja?

Ofta finns det en spänning mellan att bevara respektive kommersialisera platser, traditioner, byggnader, vilket blivit tydligt i exemplet Vimmerby. För vem verkar vilka miljöer igenkännbara och identifikatoriska? Vad är det i Vimmerby som väljs ut och vad är det för berättelser om Astrid Lindgren som berättas? Vilka platser betonas? Hur är de relaterade till henne och/eller hennes böcker? Vilka böcker och vilka fiktiva gestalter införlivas i berättelserna? Vilken effekt har detta på olika besökare? Olika historieskrivningar har som sagt olika effekt på oss: ibland känner vi oss inneslutna och involverade, ibland snarare utanför och distanserade. Gränsen mellan att vara med och känna oss inneslutna och att mer vara betraktare och stå vid sidan om kan vara otydlig men också förändras under en och samma tur.

När Vimmerby kommun lyfter fram en värdegrund som de kopplar till Astrid Lindgrens verk är det ett uttryck för hur kulturarv kommit att bli en väsentlig del av de senaste decenniernas kulturpolitik, där kulturindustri, upplevelseekonomi, kreativa näringar, besöksnäring, kulturturism, platsmarknadsföring etc. blivit honnörsord (Beckman 2010). Peter Aronsson visar genom olika exempel hur historien omvandlas till kulturarv genom att lanseras som varumärke och knyts till en speciell plats för att locka turister och därmed bli en del av upplevelseekonomin (2010).

Det finns de i Vimmerby som tycker att kopplingen mellan Lindgren och platsen och barndomen gått för långt:

”Vad skulle Astrid ha sagt?” är ett återkommande tema. Man tolkar Astrid hela tiden. Och alla tror sig veta precis vad hon ... och med jorden ... det är nästan lite så här nazistiskt, blut und boten, jorden, denna jorden, vår jord här, som hon vandrade på. [---] Här håller man på med någon sorts helgonuppbyggnad kombinerat med att höja upp sig själv. För det är det det går ut på. Det är vi här. (Vimmerbybo 13/2 2007)

Ett skapande av ett ”vi” är ofta en väsentlig del i platsmarknadsföring. Här illustreras en process där kulturarv används som strategisk utvecklingsresurs i skapandet av en produkt men också i platsutvecklingen för att skapa en tydlig regional profil, ett ”vi” som jag talade om ovan (Strömberg 2007, Aronsson 2004). En annan viktig strategi, som också blir tydlig i Vimmerby, är att skapa sysselsättning och dra till sig arbetskraft och investeringar. Igen: Vem utesluts? Åter kan kopplingen göras till det som Katarina Ek-Nilsson skriver om Selma Lagerlöf:

På olika sätt modelleras Selma Lagerlöf om till sina olika roller: herrgårdsflicka, sagotant, lärare, författare, Nobelpristagare, lokalpolitiker, rösträttsförkämpe, företagare och jordbrukare. När den kommersiella turistnäringen i Quality Spa Selma Lagerlöfs version utnyttjar Selma Lagerlöf är inte längre minnet av en person kvar, knappast ens en symbol, utan mest ett tecken, tömt på sitt innehåll, där bara namnet är kvar. Och så här skrev Selma Lagerlöf själv en gång: ”Har jag inte åstadkommit något annat så har jag åtminstone främjat turistnäringen i Värmland”. (Ek-Nilsson 2005:72)

TURISM OCH KULTURPOLITIK

Här har jag diskuterat den form av kulturturism som följer i författarens fotspår utifrån den koppling många menar finns mellan Astrid Lindgren och Vimmerby. Utifrån detta exempel har jag diskuterat platsens betydelse men också hur man på olika sätt velat förvalta Astrid Lindgrens arv. Det har blivit allt vanligare att litterära platser kommodifieras, det vill säga görs till en vara eller produkt. I den här processen pendlar det litterära mellan att vara en offentlig representation och ett individuellt och privat fält. Och då kan det vara privat i bemärkelsen författarens privata liv och i bemärkelsen det egna upplevda. Litteratur fungerar ofta som en sorts plattform för skapande av litterära landskap och jag har resonerat en del om skillnaderna mellan den mediala representationen av landskapet och den privata, upplevda, men också talat om sammansmältningarna av dem.

Vimmerby och Astrid Lindgren är exempel på samverkan och interagerande i ett gigantiskt turistiskt projekt. Fiktionen påverkar verkligheten, som i sin tur påverkar fiktionen. Fiktion och verklighet lever i symbios. Fiktion kan vara ett sätt att betrakta verklighet – skillnaden dem emellan har kommit att bli ett sätt att skapa dynamik.

Varför fortsätter man på Astrid Lindgrens Värld att betona att det är böckerna man lanserar och iscensätter? Vissa saker i parken alluderar uppenbart på andra mediala berättelser, till exempel tv-serien *Vi på Saltkråkan* (som först efteråt blev bok) och filmen *Ronja Rövardotter*. Ett skäl, medvetet eller omedvetet, kan vara det faktum att böcker i vissa sammanhang fortfarande betraktas som ett mer värdefullt medium. Ett annat skäl är naturligtvis att man vill hålla fast vid Astrid Lindgrens uttalade krav på att utgå från böckerna. Genom att göra så här kommer vi närmare berättelserna och ursprunget, sa en av de ansvariga för ALV exempelvis. I vilket fall som helst är det uppenbart att biografiska fakta om Astrid Lindgren blandas med hennes fiktiva gestalter och med lokalhistoria, vilket ingalunda är något eget och unikt, utan snarare, som jag visat, är centralt för mycket turism av detta slag. Det finns mängder av nya sätt att locka besökare, och detta är ett.

Att generera kringprodukter brukar som nämnts betraktas som en väsentlig del av turismbranschen, så också i Vimmerby. Vikten av att ha ett minne med sig hem från resan har man insett och kommersen är stor i ALV, men också på andra håll i Vimmerby. Många talar om balansen mellan kommersiella intressen å ena sidan och å andra sidan den eftertänksamma återhållsamhet och strävan efter ett slags trohet mot vad som brukar betraktas som Lindgrens egna ideal. Diskussionen kring denna avvägning såg vi även i Ystad, där Henning Mankell varit noga med att delta i diskussionerna om merchandising. Var gränsen ska sättas beror på vem som talar. Den flyter och förflyttas över tid, liksom föreställningarna om vad som är "Astrids anda". Betoningen på bokens centrala roll i Astrid Lindgrens Värld, liksom inskräpandet att ALV är en teaterpark, kan ses som legitimering av temaparken – den är seriös. Det är dock ingen tvekan om att man, för att tala med Strömberg, efter hand sett den ekonomiska potentialen i att "kapitalisera Astrid Lindgrens liv och verk" (Strömberg 2007:216).

Ekonomhistorikern Svante Beckman forskar om kulturpolitik och menar att ALV på många sätt kan ses som ett slagkraftigt exempel på den nya kulturpolitiken, trots att temaparken egentligen inte tillkommit genom någon medveten kulturpolitisk satsning. Han pekar på hur kommunledningen varit vad han kallar "kroniskt ambivalent", vilket många av mina intervjuer talar för och som vi mycket väl känner igen från Fjällbacka och tvehågenheten

inför arbetet med Läckbergeffekten. Den vacklande hållningen till kommersiell exploatering menar Beckman är ett uttryck för denna ambivalens (2010). Här kommer klivenheten till Astrid Lindgrens roll in: Är det näringslivsutveckling eller folkbildning via en betydelsefull författare kommunen sysslar med? Eller är det bägge delar? Är det upplevelseturism eller förmedling av Astrid Lindgrens litterära värld som ALV arbetar för? Kanske är det symptomatiskt att Kultur- och fritidsförvaltningen i Vimmerby inte är lika involverad i de Astrid Lindgren-relaterade verksamheterna som andra mer näringslivsanknutna förvaltningar (se t.ex. Törnqvist 2007, Jonsson m.fl. 2010).

Enligt Kulturutredningen ska en regionaliserad trend bejakas samtidigt som redan etablerade statliga verksamheter ska stärkas. I svensk kulturpolitik finns ingen tradition av samarbete med näringslivet. En positiv tolkning skulle kunna vara att Vimmerby kommuns nyformulerade värdegrund är ett sätt att försöka ”göra ny kulturpolitik”, menar Beckman (2010). Kanske är det detta vi också ser i Ystad. Uppenbart är att stort hopp sätts till vad olika sorters kulturella fenomen ska leda till. Jag har visat flera exempel på vilka förväntningar som finns på turismindustrin: den ska sysselsätta människor lokalt men också locka tillfälliga besökare, inte sällan i syfte att någon enstaka så småningom kan komma att bosätta sig på platsen eller åtminstone återkomma som besökare. Numera ska turism dessutom både roa människor genom att ge dem en väl genomtänkt upplevelse och bilda dem på något sätt. Ovanpå detta kommer studie efter studie som visar vilka hälsofrämjande effekter kultur kan ha. Det bör vara tydligt att ovanstående, sinsemellan olika, exempel på litterär turism visar att sammanflätningen av kultur och ekonomi har politiska dimensioner av betydliga mått. Då kan till exempel att vara i ”Astrids anda” betyda många olika saker.



PLATSERS DRAMATURGI

DEN BEKANTA GEOGRAFINS BETYDELSE

Litteratur och film har stor betydelse för vårt sätt att se på platser. Regionala utvecklare och turismbranschen är tillsammans beredda att utveckla denna nya form av *branding culture*, där särskilda platsspecifika kvaliteter marknadsförs och säljs. Många romaner, inte minst kriminalromaner, representerar en viss plats och en geografi som går att känna igen, vilket är viktigt för läsarna, men också bereder väg för filmatiseringar: ”Få saker sätter sådan sprätt på fantasin som bekant geografi. Platsen som huvudroll. Delen för helheten och det skrivna ordets oöverträffade förmåga att förena verkligheten med platsen och fiktionen”, skriver journalisten Katarina Tornborg (*Sydsvenska Dagbladet*, 22/1 2007). ”Det är med jubel jag noterar att mitt älskade Gotland blivit tummelplats för mänsklig ondska, dumhet och banal girighet”, sammanfattar hon och räknar upp fyra deckarförfattare som arbetar med gotländska miljöer. Ovan har jag visat flera exempel på hur turismbranschen uppmärksammat detta.

Men vad händer med en plats som marknadsförs genom skönlitteratur? Frågade jag mig inledningsvis. Och vilka är motiven för de olika aktörerna i det här spelet? Vem tänker i termer av marknadsföring, och vem tänker på kunskapspridning? Ja, ofta finns båda argumenten med i turismsatsningar som nästan alltid görs i syfte att locka besökare, även om det lokalt ofta finns olika idéer om varför satsningarna görs, hur det ska gå till eller vilka besökare som ska lockas. Ystad med Mankell och Wallander är exempel på det, liksom Fjällbacka med Läckberg och Vimmerby med Lindgren – om än de verkat och verkar på olika sätt.

Skapandet av en turistattraktion är en process där många faktorer är verk-samma. Det handlar om praktiska och ekonomiska överväganden, men också om besökarnas förväntningar. Besökarna påverkas olika beroende på vilka olika bagage, det vill säga erfarenheter, de har av författaren, böckerna, filmerna och/ eller av den aktuella platsen. Har vi som besökare läst boken som förfat-

taren i fråga skrivit? Vet vi något om författaren innan vi besöker platsen? Vad vet vi om de fiktiva karaktärerna? Har vi sett en filmatisering och söker inspelningsplatser? Har vi tagit del av andra människors erfarenheter av platsen, av böckerna, av författaren och söker efter den plats som filtrerats genom andra besökares raster? Har vi kanske rent av besökt platsen tidigare? En del av de här frågorna går inte att besvara entydigt, men de är till god hjälp när man ska reflektera över såväl argumenten kring saluförandet av platser som relationen mellan fiktiva och verkliga platser.

En sak som är värd att ta i beaktande är vad lokala myndigheter och näringsliv vill. Att utveckla turismen ses allt oftare som lösningen på lokala och regionala problem. När en ort har haft viss framgång inspireras andra att ta efter. En fråga är naturligtvis vem som använder vem i det här spelet. Är det författaren, fiktionen eller den reella platsen som är det centrala? Handlar det om exploatering? Kan man i sådana fall se det som att platser kan slitas ut?

Nedan ska jag knyta ihop en del trådar från tidigare kapitel, bland annat de om den kulturella ekonomins och därmed turismbranschens centrala plats i regionalpolitiken. Jag kommer att diskutera vilka olika betydelser resor av det slag jag beskrivit ovan kan tänkas ha. Lokalt och regionalt handlar det ofta om saluförande och marknadsföring av platser, men också om olika kombinationer av upplevelsemoment. För de enskilda besökarna handlar det oftare om en sorts hybridupplevelse, där lek, verklighet och fiktion blandas på ett intrikat sätt.

Man kan fråga sig inte bara vad som händer med en plats, utan också vad som händer med invånarna i en stad som marknadsförs med imaginära geografier. Ser de detta som löftesrikt eller hotfullt? Förmodligen både och, det beror på hur stark attraktionen är och hur den utvecklas. *Något* lär hända med en by eller stad som medieras genom turismbranschen och turismindustrin. Ystad ”skrevs om” när den regionala filmproduktionen förlades dit och satsningarna på turism i Kurt Wallanders fotspår började locka besökare (jfr Ek 2007). Wallander används för att marknadsföra Ystad som då blir ett exempel på hur regionalpolitik bland annat bygger på regionens förmåga att utveckla ett varumärke och skapa sysselsättning för tjänstesektorn. Man kan helt enkelt säga att dagens kulturförvaltande institutioner är mindre involverade i bildningsverksamhet än i regional utveckling. Den offentliga sektorn förväntas vara mer ekonomiskt självgenererande än tidigare, vilket naturligtvis kräver en viss kreativitet.

Ibland kan man i Turistsverige dock iakttä att det tycks vara vanligt att kopiera andras framgångsrecept i stället för att utveckla egna. När det i Fjällbacka diskuterades hur man skulle hantera Läckbergeffekten bjöds visserligen inte

människor från Ystad in, men väl de som arbetat med Arnturism och mer fysiskt näralliggande satsningar, som Saltöturism. Ystads satsning på Wallander-turism är en av de satsningar som har kommit att fungera som förebild för många svenska kommuner. Det lokala har uppenbart vunnit terräng: här finns platser som kan marknadsföras och säljas. De platser som lyckas bäst har ofta redan etablerade varunamn. Ystad är en välkänd turistort med sedan länge kända besöksattraktioner. Man har sedan lång tid dessutom en stor mängd tyska besökare. Till Tyskland har man riktat särskilda kampanjer för att locka ännu fler (se t.ex. Dahlström 2007). Genom tillkomsten av Wallanderland har ett nytt Ystad fötts och förstärkts av nya kommersiella och kulturella värden. Mankell och Wallander har säkrat Ystad som turistort.

På ett annat sätt än tidigare används en kombination av kultur, konsumtion och det spektakulära för att skapa upplevelser i det som betraktas som kulturell ekonomi och där det känslomässiga fått en stor betydelse (jfr Willim 2008). Kultur och ekonomi flätas samman när den emotionella sidan av ekonomiska processer blivit alltmer uttalad. Det uttalade användandet av skönlitterära berättelser och deras författares biografier för att skapa turistmål genom att saluföra specifika platser och nya konsumtionsarenor kan definitivt ses som ett uttryck för kulturell ekonomi (du Gay & Pyke 2002, Löfgren & Willim 2005).

KULTURTURISM I UPPLEVELSESAMHÄLLET

En turistattraktion är en del av en process där en mängd faktorer har betydelse. Människor har olika idéer och uppfattningar om platser vilket gör att en plats alltid är föränderlig, det vill säga kan uppfattas på en mängd olika sätt beroende på under vilka omständigheter människor kommer dit. I aktörernas fall handlar det ofta om relationerna mellan plats, turismsatsning och affärsverksamhet. Men det är många olika sorters aktörer inblandade i det som blir den turistiska produkten, det som turisterna söker sig till. Det är många som vill tjäna på och ta del av det turismen genererar, i synnerhet i detta tidevarv då turismindustrin i flera fall blir avgörande för en bygds överlevnad. Turismindustrin har visserligen alltid byggt på att ge människor upplevelser, men insikten om både turismens och upplevelsernas betydelse i detta sammanhang har ökat väsentligt under det senaste decenniet (O'Dell 2002). Den traditionella industrin erbjöd varor, men de kommuner som överlevt längst har erbjudit tjänster, och i dagsläget menar branschens förespråkare att de som vill hålla sig kvar och tjäna de stora pengarna på turism måste erbjuda någon form av upplevelse i kombination med varor och tjänster. Inom både ekonomisk forskning och kulturforskning har det länge talats om en kulturaliserad ekonomi



*Walanderturister
möter en strand
som sett ond bråd
död.*

med ett förändrat produktionssätt och förändrade föreställningar, vilka bygger på ett annat tänkande. Symboler, stämningar och evenemang betraktas ofta som viktigare än själva produkterna, varorna eller tjänsterna. Samtidigt blir det alltmer oklart vad som är process och vad som är produkt i denna utveckling och allt svårare att skilja ekonomiska och kulturella uttryck åt. Det gör också att det inte är självklart vem som är producent respektive konsument.

Platsmarknadsföring har visat sig vara ett effektivt sätt att skapa värden av olika slag. Att marknadsföra en plats är liksom marknadsföring av författare inget nytt i sig, men det är uppenbart att det kan urskiljas en intensifiering av medvetenheten om värdet av att lyfta fram det unika för en plats (Allen 2007, Urry 1995). Det är uppenbart i de flesta exemplen ovan. I Fjällbacka betonas

platsens särskildhet så mycket att en del ifrågasätter om de ens behöver turisterna som följer i Camilla Läckbergs spår. I Vimmerby har man insett att utnyttja den nostalgi som det småländska landskapet däromkring väcker hos många besökare. I Ystad är det snarare Skåne som lanseras, ibland som småskaligt och perifert, ibland med närhet till kontinenten och mindre oskuldsfullt. Både Läckbergs och Mankells deckare handlar dessutom om kustlandskap och de speciella förutsättningar som dessa har. I alla tre studierna handlar det både om lansering av hela landskap och om specifika platser – ibland om hela Sverige. Som Ingrid Stigsdotter visat i sin analys av de engelska Wallanderfilmerna är det mer ett exotiskt Sverige än Ystad, Österlen och Skåne som engelsmännen ser. I flera av de andra exemplen betonas hur de olika platserna och landskapen förs fram utifrån den kreativa inverkan de förväntas ha haft på författare och därmed förmodas även kunna förtrolla besökaren, vare sig man är fascinerad och inspirerad av författarens inspirationsmiljö, de litterära beskrivningarna eller filmatiseringarnas scenerier. Medieforskaren Anne Marit Waade diskuterar i en studie betydelsen av den lilla ortens förhållande till de större städerna i skandinaviska deckare (2010). Hon diskuterar också vad de olika landskapsbilderna kan tänkas representera och menar att provinsialismen i Wallanderfilmerna inte bara är ett uttryck för kulturpolitiska ambitioner eller ett sätt att sälja regionen utan också något som driver en revitalisering av det lokala. I turismforskningen förefaller det råda konsensus kring att den just lantliga idyllen blivit en alltmer väsentlig upplevelseingrediens (t.ex. Andersson Cederholm 2007).

Forskningen visar att många turister vill vara aktiva under sin semester, åtminstone under en del av den lediga tiden, och dessutom lära sig något (Urry 1995). En kombination av de fyra ledorden underhållning, utbildning, estetik och eskapism (Pine & Gilmore 1999) som en sorts manual för turismverksamhet dras allt oftare fram av marknadens representanter och har slagit igenom med full kraft. Inom dagens upplevelseindustri sätts stor tilltro till turism som tillväxtsektor och i de flesta kommuner arbetar man med turismen, eller besöksnäringen som den vanligen kallas, som en strategisk del i kommunernas näringslivsprogram. Detta tar många aktörer fasta på, genom att försöka både underhålla och lära turisterna olika saker. Kulturturism är en internationell trend som får allt större betydelse (Kavaratzis & Ashworth 2005). Att besöka en plats och ges chans till inlevelse är en väsentlig del av detta.

I turismbranschen talas det ofta om att ”sätta en plats på kartan”, det vill säga att en plats marknadsförs genom att den omtalas eller sticker ut på något sätt. Hur platser väljs ut när det ska skapas attraktioner, när en aktör aktivt försöker rikta besökandes blickar, är en intressant process. Vad är det för plat-

ser och egenskaper som betraktas som representativa för ett visst område, för en viss miljö eller en viss film eller bok? Hur iscensätts och återberättas dessa platser? Vad finns det helt enkelt för strategier för att sätta platsen eller platserna ”på kartan”? Ett sätt är att använda sig av iögonfallande arkitektur för att skapa landmärken, inte sällan i form av spektakulära byggen. Det är numera en mycket vanlig strategi att använda arkitektur för att profilera en stad, såväl i Sverige som globalt (se t.ex. Thufvesson 2009). Att framhäva kulturarv kan vara ett sätt att väcka intresse för en plats. Det är uppenbart i många turismsatsningar att de platser som behåller sin attraktionskraft längst är de som lockar av flera skäl, det vill säga att människor åker till exempel inte dit bara för att följa Wallanderturer utan också för att se Klosterkyrkan och havet och ta färjan till Bornholm. Kulturarvsturism fungerar sällan i sig själv utan kombineras ofta med storstadsturism, sol- och badturism eller shopping. Kulturarv har kommit att få allt större betydelse som strategisk faktor i konkurrens mellan olika destinationer. Det används på allt fler platser för att både kommunicera image och skapa varumärke (se t.ex. Grundberg 2002). Klassisk marknadsföringsteori à la Kotler säger att det i en marknadsstrategi måste finnas ett visst antal steg om satsningarna ska verka värdehöjande: Det måste finnas ett grundläggande serviceutbud och en hyfsad infrastruktur. Det kan behövas nya attraktioner för att attrahera både befintliga och nya företag, allmänheten och framför allt för att locka nya besökare som kanske till och med bosätter sig om de blir tillräckligt attraherade. Man måste kunna kommunicera dessa positiva karaktärsdrag och man måste se till att det finns stöd och en god plattform lokalt för nya företag, besökare och investerare (Kotler m.fl. 1999).

Konkurrensen om såväl bofasta som turister och företag har ökat och det finns åtskilliga exempel världen runt på hur man arbetar med så kallad *city branding*. I Sverige har profileringar av detta slag blivit alltmer uttalade och nått långt utanför storstäderna. Mycket av diskussionerna kring *city branding* i dag handlar om att människor i allt högre utsträckning kopplar bostadsort till identitet, det vill säga att bostadsort väljs utifrån andra kriterier än enbart möjligheter till arbete. Kultur, mode, restauranger, design, arkitektur etc. attraherar såväl turister som de egna invånarna. En stads symboliska värde har alltså kommit att ha allt större betydelse. En del konsumtionsforskare menar att människor i dag snarare konsumerar för att ingå i sociala gemenskaper än för konsumtionens funktionella dimension (t.ex. Bengtsson & Östberg 2006). Att det symboliska värdet fått större betydelse talas det också om i forskning om läsningen av skönlitteratur. Skälet till att vi läser skönlitteratur, hur vi väljer och talar om det vi läser i dag styrs enligt dessa resonemang framför allt av vår strävan att bli någon genom det vi läser, snarare än att vi läser för att lära oss

eller förstå saker. Enligt detta resonemang har vi alltmer blivit konsumerande läsare snarare än medskapande och tolkande (Steiner 2009).

DET GLOBALA OCH DET LOKALA

När man läser olika texter om såväl platsmarknadsföring som användning och bruk av offentliga platser inser man snabbt att konsensus kring hur ett offentligt rum ska användas sällan kan uppnås. Mer väsentligt är kanske insikten om att det inte alltid heller är nödvändigt. Kanske är det just i brytningen mellan olika föreställningar om en plats som den blir levande? En plats är inte något som bara finns, en plats *blir*, och när – som i detta fall – platsen görs till produkt som kommersialiseras genom film och litteratur utvecklas också strategiska betydelser. Platsen kan definieras och kategoriseras på många sätt och får den betydelse vi lägger i den (Saltzman & Svensson 1997). Subjektiva känslor för en plats interagerar ständigt med det fysiska rummet, och att det är möjligt att förstå detta både materiellt och symboliskt. Platserna utvecklar nya meningar där sociala relationer kan skapas och underhållas (Löfgren 1999, Saltzman 2001). Plats är alltså något som fortsätter, en process. Man kan även fråga sig om platserna är verkliga eller fiktiva. Hur det än må vara med den saken har de skapat platskänsla hos läsaren eller filmåskådaren, och existerar i förhållande till denna medierade erfarenhet.

Det finns många exempel på affärsdrivna strategier i lanseringen av platser, vilka kommit att bli en nästan självklar ingrediens i litteratur- och filmturism. Tematisering är en sådan, och här handlar det om att skapa en berättelse om en plats för att göra den än mer intressant (Bryman 2004). Fiktionalisering, det vill säga flytande gränser mellan fiktion och verklighet, emotionalisering och adderande av flera olika aktiviteter till den egna verksamheten, är några andra tidstypiska strategier, vilket bör vara uppenbart efter de olika ovan beskrivna exemplen (Ritzer 2000). Estetisering är tillsammans med spännande och stimulerande upplevelser, konsumtion och rekreation ytterligare strategier. Robert Willim (2008) skriver om hur gamla, nedlagda fabriker och industrimiljöer återbrukas genom att de ges en nostalgisk aura som frammanar fantasi-eggande associationer och hänsyftar på ett diffust förflutet, långt bortom det tunga, mörka det kanske en gång var. Sådana satsningar och profileringar är tydligt påverkade av vår tids kulturaliserade ekonomi där det finns ett stort mått av manuelltänkande, bland annat inspirerat av böcker av författare som Joseph Pine och James Gilmore (1999) och Rolf Jensen (2001), men också av till exempel de svenska författarna Lena Mossberg och Erik Johansen Nissen (2006), som visar hur berättelser, *storytelling*, kan användas för att leda företag

till vinst (Strömberg 2007). Andra affärsdrivna strategier som omnämns i denna sorts litteratur är att inte bara ha många olika aktiviteter utan också verksamheter som hänger ihop, till exempel restauranger, butiker och hotell, samt att ha personal som agerar tillsammans med publiken.

Skapandet och exploaterandet av immateriella tillgångar är en del av begreppet kreativa näringar och där har film och skönlitteratur en framträdande roll. I princip handlar det om att mer medvetet varufiera, eller kommodifiera, och kommersialisera såväl varor som tjänster. I upplevelseekonomins tidevarv kan det i många fall sägas att det till stor del handlar om standardisering och industrialisering av varor och tjänster, samtidigt som de marknadsförs som unika produkter som ger kunderna unika upplevelser (jfr Andersson Cederholm 2006, Willim 2008). Hur förhåller sig turismbranschen till dessa tidstypiska strategier? Det krävs en rationalisering och framför allt en professionalisering av mycket av verksamheten men samtidigt måste det unika och engagerande betonas för att locka besökare. Rationaliteten måste maskeras, vilket är en grundläggande tanke hos sociologen George Ritzer som skrivit om hur konsumtionspraktiker förändrats genom bland annat lockande laddningar av varumärken, som i exemplet Disney World (Ritzer 1999). Han skriver om den svåra balansgången mellan å ena sidan en förtrollande dragningskraft hos varumärken och produkter som lockar till konsumtion, å andra sidan risken att konsumenten i stället känner sig manipulerad och därför tar avstånd.

Kolossal energi läggs ner på att skapa upplevelser, stämningar och olika händelser i denna ”nya ekonomi”, där grunden fortfarande är produktion av varor och tjänster (Löfgren 2001). Det investeras mycket tid och pengar i sökandet efter den ultimata upplevelsen, både från producenternas och från konsumenternas sida. Det förutsätter en kompetens att iscensätta produkter och miljöer såväl som själva företaget. Arrangörer ska visa sig dynamiska och aptitliga, men de varor de förväntas producera och erbjuda ska också vara tilltalande. Det handlar om en blandning av det materiella och det immateriella. Likaväl som det kan vara högst konkreta varor och tjänster handlar upplevelseekonomi eller upplevelsemarknad om det flyktiga, om blandningen av gammalt och nytt genom hybrider, fusion och/eller transformering (O'Dell 2001).

Många av argumenten från Vimmerby kommuns sida vad gäller att vidga intresset för Astrid Lindgrens Värld till att omfatta författaren Astrid Lindgren, men också betoningen av det genuint småländska, kan alltså ses som en del av en global marknadsföringsstrategi inom turismsektorn (jfr Strömberg 2007). Det gäller också hur man inom företaget Astrid Lindgrens Värld resonerar kring förändring och utveckling av den egna temaparken. Att locka besökare genom att profilera ett tema, till exempel Astrid Lindgren i denna

nöjespark, är ett sätt att arbeta och en verksamhet som i grund och botten styrs av en kulturellt betingad ekonomi. Visst är det platser där människor upplever, njuter, har kul och kan koppla av, men det är också platser där lokala och globala krafter sammanflätas, där kulturella identiteter skapas och där olika intressen verkar och materialiseras (O'Dell 2005). Mallarna är globala och föremålen lokala.

I Astrid Lindgrens *Värld*, liksom i *Wallerland*, betyder det att man med jämna mellanrum behöver förnya sig. Materialet kring Lindgren har förmedlats på lite olika sätt under årens lopp, delvis med hänsyn till att nytt stoff, nya berättelser och nya infallsvinklar dykt upp, delvis på grund av ett växande intresse i form av nya och större besökargrupper och nya mediers möjligheter vad gäller både förmedling och bevakning. Och hela turismbranschen bygger på att det ständigt tillkommer nya saker: en av utmaningarna är att få besökarna att återkomma. Detta kan tyckas vara en paradox, eftersom många som arbetar inom turismbranschen i hög grad reproducerar i stället för att skapa nytt. Så snart vissa platser funnit ett lyckat koncept vill andra ta efter för att försöka lyckas lika bra.

Med litterär turism menas ofta, skriver jag i inledningen, en sorts turism som tar sin utgångspunkt i en litterär text eller ett författarskap. Inte sällan kan inspirationskällan ha förmedlats i en annan medial form, till exempel en film eller en tv-produktion, men de exempel som tas upp här bygger ursprungligen på en litterär text. Inte sällan sker det en sammanblandning av dessa receptioner, såväl hos producenterna som hos konsumenterna. Man kan tala om hybriditet eller mediering och vad det handlar om är interaktion och samsamsmältning mellan och inom kulturer. Olika sorters fusioner kan betraktas som ett väsentligt drag i vår tid. Mycket forskning har presenterats kring hur upplevelseindustrin har fokuserat på additiva faktorer: många upplevelser är tänkta att ge konsumenterna ett flertal komponenter som de sedan kan blanda till en egen komposition beroende av behov och sammanhang (O'Dell 2001). Överfört till resor och vandringar av det slag som diskuterats här är det uppenbart att erfarenheterna organiseras som en serie diskreta enheter, vilka var och en kan tyckas vara av trivial karaktär. Man läser en bok, inspireras att resa och väljer att följa upp resan genom att se filmen, läsa flera böcker i serien eller till exempel läsa om boken. Så skapas berättelsen om resan och inspirerar andra att åka och se delvis samma saker. Uppmärksamheten i sig skapar ett sug. Att andra läser, ser en film eller gör en litterär resa är ibland skäl nog att läsa, se filmen eller gå en vandring. Men i den här kontexten blir det symboliska broar mellan olika delar av erfarenheten som bidrar till att göra allt till något extraordinärt. Numera skapar alltså turister till stor del sina resor själva genom



Turismbranschen bygger på att det ständigt tillkommer nya saker: en av utmaningarna är att få besökarna att återkomma.

att kombinera olika delar av ett gigantiskt utbud. Det ställer krav på dem som ska serva dessa behov. Tjänsterna måste kunna matcha dessa individuella kundkrav, en sorts individens sökande efter autenticitet, helt i enlighet med vad som brukar benämnas den senmoderna människans behov.

Upplevelseekonomin förutsätter ett stort mått av reflexivitet, det som modernitetsforskare som Anthony Giddens menar är utmärkande för det senmoderna. Man behöver bedöma sin upplevelse för att kunna återberätta den eller bestämma sig för att drömma om en annan upplevelse. Våra skiftande erfarenheter, såväl medierade som andra, spelar stor roll för vår tolkning av plats och rumslighet. Rum skapas genom bruk och genom olika medieerfarenheter som kan få brukare att reflektera över vilken plats som är "den rätta" att besöka. Det brukar sägas att man är vad man upplever. För att betraktas som en hel människa finns det vissa saker man ska ha upplevt eller tagit sig igenom. Ofta är själva berättelsen poängen i det hela. Det viktiga är kanske inte att man har rest, men att man har återvänt och har något att berätta, skriver Orvar Löfgren (1999). Reserfarenheten har lika stor betydelse som de materiella varorna eller

det konkreta målet. Att befinna sig på semesterresa är inte bara en fråga om att vara ledig. Det är alltid också inskrivet i större ideologiska diskurser: social klass, kulturellt kapital, ekonomiska begränsningar och nationell identitet. Allt bidrar till att gränser dras upp och att utrymmen skapas. Som turist handlar man enligt de mönster som finns utlagda, och det finns en komplex och djupt meningsfull koppling mellan dessa sociokulturella villkor och de berättelser man skapar kring sina upplevelser. Man hittar på något sätt alltid det man letat efter. *Men* det handlar också om att kunna släppa det reflexiva, att kunna släppa taget för en stund, ge sig hän, vilket jag återkommer till.

VIKTEN AV ATT VARA VERKLIG

Är nu dessa mediala platser överkliga och fantiserade? Det förefaller klart att de skapar en platskänsla för läsare och filmpublik. Därför existerar de. Här skiljer jag inte mellan de platser som en romanläsare vill se och dem som filmåskådaren vill återse. Oavsett vilken inspirationskällan är blir platsen omtolkad genom böckerna och filmerna. Samtidigt som en litterär text kan beskriva en existerande plats med stor ackuratess kan läsaren transformera platsen till en fantasiplats med hjälp av föreställningsförmåga och konkreta egna erfarenheter. Läsningen blandas med visuella och kroppsliga intryck. Författarens förmåga att beskriva är viktig, men det är också läsarens förmåga att ta upp det beskrivna genom till exempel förkunskaper, humör och känslor. Den här blandningen av verkligt och imaginärt ger stort utrymme för fantasin.

Styrkan hos föreställningar hämtade från litterära texter är deras förmåga att låta läsaren bekräfta dem, hävdar Krolikowski och Chappel (2004). Allt eftersom tiden går blir platsbegrepp så internaliserade att det krävs en hel del ansträngning för att se något annat. En litterär text kan fungera som en port till en fiktiv plats. Fiktionens raster kan alltså hjälpa oss att se nya platser på gamla platser. Platsen tolkas då genom kunskap och empirisk kännedom, men också genom fantasi. Den här balansen mellan offentlig representation och individuell upplevelse är viktig och bidrar till en kulturell process där en ny offentlig sfär skapas, till exempel i en guidad vandring (Squire 1994). I den här processen blir platsen en vara som pendlar mellan att vara en offentlig bild som till exempel guiden eller kartan representerar och en individuell föreställning. Även en plats man tidigare inte besökt kan kännas välbekant, till och med på en fysisk nivå. Platsen både skapas och konsumeras. Och ibland är det som sagt viktigare att *ha varit* där än att *vara* där. Enligt dessa resonemang kan man till och med känna en plats även efter resan, till exempel när man sitter i läsfåtöljen och läser om boken där platsen förmedlas.

Känslornas betydelse, eller snarare manipulationen av dem, leken och till och med skapandet av känslor, är i dagens turism accentuerad och den performativa dimensionen har därigenom blivit än viktigare. Beträffande forskningen kan vi notera hur intresset för den turistiska blicken – att se vad turisten ser – har ersatts av ett intresse för den produktion av upplevelser som kräver turistens aktiva inblandning. Erika Andersson Cederholm ger exempel på hur många evenemang omfattar en mängd relationer. Det är relationer till den fysiska omgivningen, vilket är uppenbart och betonas i litterära vandringar, men det är också relationer till det hon kallar serviceutövarna, vilket i mina exempel kan exemplifieras med guiderna, och de andra turisterna. Andersson Cederholm påpekar att vi inte bara betraktar världen, utan vi gör den (2007). Vi skapar helt enkelt världen genom vår fysiska närvaro. Genom att delta i olika evenemang, som en vandring i spåren efter en författare och dennes romaner, iscensätter vi själva upplevelsen snarare än att bara titta på. Lek ger oss dubbla tolkningsramar och vi kan uppfatta allt som sägs och görs både på riktigt och som just lek, det vill säga något som inte är på riktigt (Gustafsson 1995). Det är hela tiden en blandning av förmåga att skapa känsla för en sinnlig och realistisk upplevelse och en verklighetsförankring, vilket gör att det också kräver dubbla medvetenheter. Det handlar alltmer om att vara en aktiv och engagerad deltagare. Alla sinnen ska vara aktiva och helst ska det finnas ett nyttoorienterat fokus. Att gå och att vara ute i naturen förenar dessa ideal.

Samtidigt är det påfallande ofta en välkontrollerad nöjeskonsumtion som pågår, där gränsen mellan det välavvägda och genomtänkta konceptet och det som känns förutsägbart och tråkigt är diffus (jfr Willim 2008). Ofta är det en sorts frånvaro av friktion, det är alltför arrangerat och förutsägbart för att ge utrymme för någon egentlig eskapism. Ibland kan man undra hur mycket som egentligen händer i dessa arrangemang och hur mycket man mest talar om det. Utflykten i Wallanders landskap handlar om att förnimma landskapet genom att både få se filmklipp och landskapet i verkligheten, men vi stiger sällan av bussen och är på så sätt själva sällan i landskapet. Ibland är det till och med svårt att se landskapet eftersom blicken fästs på tv-skärmen. Lek, lustfyllt kunskapssökande och gränsöverskridande kreativitet är honnörsord som återkommer, men frågan är hur ofta det blir riktigt lekfullt eller kreativt. Här finns fortfarande mycket att utveckla.

Interaktion och medverkan är andra centrala begrepp i upplevelseturismen. Fiktionen påverkar vår uppfattning om det verkliga, vilket i sin tur påverkar hur fiktionen ser ut och tas emot och så vidare. Fiktionen kan alltså fungera som ett raster eller en optisk lins genom vilken man ser verkligheten. Skillnaden mellan verklighet och fiktion skapar sin egen dynamik och att skilja

mellan de två världarna är nästan omöjligt – vilket kanske heller inte är den väsentligaste uppgiften. Den litterära turismen hanterar iscensättningen av människors upplevelser: vissa upplevelser bygger på verkliga händelser, andra på fiktioner. Här har jag velat ge exempel på hur fiktion har använts för att skapa platser och rum – såväl för inresande turister som för bofasta invånare. Man behöver inte komma långt bortifrån för att uppleva Ystad eller Fjällbacka som exotiskt – om man accepterar de fiktionaliserade läsningarna av orten.

Fiktion och autenticitet interagerar inom gränserna för en specifik genre, den guidade vandringen, i kartans, författares och fiktiva gestalters fotspår. Det autentiska revideras genom dessa vandringar när fiktiva karaktärer och platser blandas med reella. Deltagarna i vandringarna förkroppsligar geografien, de placerar sig själva inom fiktionens ramar och överskrider därmed den traditionella gränsen mellan fakta och fiktion som annars upprätthålls i kriminalberättelser och filmer. Att vara i ständig rörelse brukar sägas vara ett tidens tecken. Sociologen Zygmunt Bauman talar till exempel om turisten som till skillnad från vagabonden kan välja vilka platser som hon vill släppa in i sin värld, vilka platser som ger henne underhållning och upplevelse (2008). Filmforskaren Linda Williams gör en koppling till ordet *rörelses* egentliga betydelse (*emotion* är sprunget ur de latinska verben *emovere*, att utmanövrera, uppröra, agitera och *movere*, att röra, flytta) (1995). Under en begränsad tid överskrider man det vardagliga medvetandet och träder in i en drömvärld. Denna förmåga att släppa sin reflexivitet och helt ge sig hän åt begivenheterna blir mer väsentlig när just reflexiviteten har blivit en så viktig del av identitetsskapandet (jfr Ristilampi 1998). Man behöver den icke-reflexiva perioden, ett flödestillstånd som gör att man glömmer sig själv en stund. Det är således ett viktigt tillstånd i ett sammanhang då man är så orienterad mot de andra för att förstå dem, men också sig själv. Jämförelse kan göras med rytmen i författarvandringen i Fowey som beskrevs ovan, där vi ibland lyssnade gemensamt på guiden, ibland hade utrymme för enskild kontemplation. Det intressanta är att det inte alltid är givet när det råder stillastående respektive rörelse för var och en. Återigen: Det handlar om subjektiva upplevelser och det är inte alltid det syns på var och en vad man upplever eller har upplevt – men upplevelserna filtreras genom kulturella mallar som vi kan studera.

Ibland förefaller det nästan vara prestationen som är i centrum. Guiderna i de vandringar där jag deltog återknöt flera gånger till tidigare vandringar, gärna just med koppling till att de varit bedrifter i någon bemärkelse. Jag deltog i några av vandringarna under Daphne du Maurier-festivalen ett par gånger med ett års mellanrum. Andra gånger återknöt mer än en av guiderna till berättelser som jag kände igen och varit en del av, till exempel *Rebecca-*



Sex timmars "Rough magic"-vandring var ett sätt att få chans att uppleva "the unique atmosphere of the misty moor" och vad som sägs ha inspirerat du Maurier till att skriva smuglarhistorien Jamaica Inn.

vandringen som vi genomförde i timmar av hållande regn. Det blev nu vårt delade minne samtidigt som det blev en del av en annan sorts berättelseskapande i och med att det förmedlades till de nya vandrarna – allt för att förtjäna vår tepaus, ett obligatoriskt inslag i de engelska vandringarna. På sätt är dessa litterära vandringar påfallande lika flera av de moderna pilgrimsvandningsberättelserna där kroppsliga umbäranden och tänjandet av gränser betonas (jfr Kärnborg 2003).

Under en vandring är många sinnen aktiva på en gång. Vissa medier handlar om att utesluta något sinne. I vandringen sammanflätades sinnesupplevelser snarare än att utesluta varandra. Kanske kan man tala om en sorts "mångsinnlighet", att lägga ihop och lägga till olika sinnesupplevelser för att få "hela" upplevelsen, ja, något som kanske till och med blev mer än delarna tillsammans. Det finns en föreställningsdimension som litteraturen skapar. I detta har det performativa betydelse; hur iscensättningen sker men också vilken typ av evenemang som skapas. Här skiljer sig de olika vandringarna och evenemangen mycket åt. I några av författarmuseerna är turen genom museet

mycket styrd och dirigerad för att deltagarna inte ska kunna vidröra värdefulla ting. De längre vandringarna i landskapet är regisserade på sitt sätt, genom att guiden i förväg tänkt ut var stoppen ska ske och vad som då ska förevisas, berättas och läsas.

LITTERÄR TURISM SOM RESOR I HETEROTOPIERNA

Det finns många teoretiska begrepp för hur olika sorters rum kan benämnas och tänkas kring. *Heterotopi* är den franske filosofen Michel Foucaults benämning på ett rum utanför rum, ett öververkligt rum, ett rum som ger en möjlighet att tappa uppfattningen om både tid och rum (1967/1998). Heterotopi är en motbild, ett projicerat rum som är distanserat från vardagen genom en sorts *rites-de-passage*. Det kan existera men gör det inte alltid. Att vandra kan vara sätt att söka heterotopier. Landskapsvandringar av de slag jag här skrivit om skulle, åtminstone i sin mest utlevande form, kunna ses som exempel på en tillfällig anhalt som står i förhållande till andra utrymmen men också motsäger dem ”på ett sådant sätt att de avbryter, neutraliserar eller kastar om relationsensemblen som utrymmena hänvisar till, reflekterar eller speglar” (Foucault 1967/1998:17). Det ena slaget av dessa utrymmen, menar Foucault, är utopierna och de är *de verkliga* platserna, de lokalisierbara. *De andra* är de han kallar heterotopier. De utrymmena kan bara beträdas, skriver Foucault, av den som utfört ett visst antal gester, och i detta fall skulle det kunna vara alltifrån att ha läst boken, sett en filmatisering eller ha annan förförståelse som gjort att besökaren sökt sig dit till att ha betalt guiden för vandringen eller köpt en mordkarta. Det kan vara mer eller mindre rutiniserade passager för inträdet som därmed innehåller olika grader av inklusion och exklusion. En litterär vandring skulle i vissa sammanhang kunna ses som en sådan heterotopi men kan också sägas inhysa flera heterotopier: dels de olika platserna, dels genom själva projektionen och de mentala rum man går in i och ur ur. En grundläggande förutsättning är att det är viktigt att uppmärksamma vad människor berättar för varandra och hur man berättar. Det vi *vet* (vad vi läst eller hört berättas) om en viss företeelse, ett visst resmål eller liknande påverkar hur vi tolkar och vad vi tycker. Vi kan ju aldrig uppleva den associationsfria upplevelsen. Vi har alltid någon form av förförståelse och föreställning (fördom, förväntning), oavsett om de i någon mening är sanna eller inte. Vad man uppmärksammar är i hög grad grundat på konventioner som i sin tur grundas på bland annat värderingar och förväntningar, alltså förförståelse, och tidsandan.

Rum påverkar människor och människor påverkar rum. Vilken roll spelar det till exempel om deltagarna i en vandring är tre personer plus guide eller

25? Eller om det är en egen vandring som görs med endast kartan eller kanske till och med boken som vägledare?

Stämningen under en vandring kan göra enskilda partier av den till ett rum bortom rummen, det vill säga just en heterotopi. Med berättelsernas hjälp, stämningen, tillsammans med den fysiska miljön kan dessa heterotopier i bästa fall nås. I detta öververkliga rum spelar det ingen roll vem man är i det verkliga rummet utan man får en stunds chans att hänge sig. Man kan då tänka på förändring, fantisera och längta efter att bli någon annan, helt enkelt avskärma sig en stund från omvärlden. När uppfattningen av den linjära tiden upphör, till exempel under dagdrömmandet, fungerar heterotopierna med full styrka, menar Foucault. Samtidigt sker dessa fantasier medan man befinner sig i ett högst verkligt rum. När släpper man då rummet? Uppnås alltid denna känsla? Jag tror inte det. Många av de turistiska satsningarna strävar efter att ge utrymme och spelrum för fantasin och det utlevande. Men det är inom givna ramar. Under en litterär vandring finns hos vandraren en medvetenhet om de övriga besökarna. Man övervakar och är övervakad, samtidigt som man kan uppleva sig som fullständigt ensam under korta stunder. Man vet hur man ska uppföra sig, och gör så. Disciplineringen verkar. Även ett okonventionellt uppträdande handlar ur denna aspekt om disciplin, eftersom det finns en medvetenhet om vilka konventioner man bryter mot och vilka sanktioner som kan drabba en. Under dessa vandringar förväntas man vandra och därmed sätta kroppen i rörelse. Det är hela tiden en växling mellan stillastående då guiden berättar eller läser och rörelse.

Periodvis upphör det ena. Samtidigt finns det en önskan om att alla ska vara i den "verkliga" världen och inte i okontrollerbara rum bortom tid. Eftersom ramarna för upplevelserna är relativt givna och formgivna kan besökarens egna upplevelser aldrig helt kontrolleras och förutses (jfr Willim 2008).

ATT BEMÄSTRA DET ÄKTA

Enligt ordböckerna betyder autenticitet "äkta" eller "såsom det varit". Motsatsen är fiktiv, påhittad eller oäkta. I vardagssamtal om olika företeelser säger vi vanligen inte att något är autentiskt utan hellre att det är "riktigt", "äkta" eller "trovärdigt". Genomgående kopplas äkthet ihop med *känslan av äkthet*. Det finns så gott som alltid en underförstådd motpol till det autentiska, nämligen det som är oäkta eller icke-autentiskt. Vad detta är utsägs emellertid oftast inte utan antyds bara. Följaktligen bygger diskussioner om det autentiska i hög grad på införståddhet med värderingar inom den aktuella kulturen och kan fungera som ett sätt att särskilja olika sorters resor men också resenärer, för



*"Be part of history",
uppmärksammar man på
The Mousetrap.*

att knyta an till ovanstående resonemang om särskildhet, och förmåga att leva sig in i olika världar men också att kunna känna dessa gränser. Det autentiska definierar det icke-autentiska.

Inom turismforskningen, men även inom andra fält, som musikvetenskap, är autenticitet en mycket använd term. Musikens estetik kopplas ofta till en bedömning av musikens autenticitet. Då handlar det om upplevelse av musiken utifrån dess ursprung och rötter, särskilda myter eller historier, hur den upplevs vara äkta i sitt uttryck, det vill säga huruvida musikern förmedlar sina egna känslor såväl i själva kompositionen som vid föreställningen, vad som händer med den som lyssnar på musiken, om något berör. Här kan jämförelser göras med olika sorters guidningar eller evenemang. Regelrätt interagerande, som min upplevelse på *Murder Mystery Dining Train* i spåren efter Agatha Christie, fungerar på ett helt annat sätt än den mer traditionella guidningen i Astrid Lindgrens barndomshem. De olika evenemangen fyller olika funktioner.

Begreppet autenticitet används rikligt i kulturarvssammanhang och hänger nära ihop med det arbete som utförs på museer när man ska välja ut föremål och minnesmärken. I sådana sammanhang måste äkthetsbegreppet till vardags vara något ganska konkret och handfast. Ändå är det inte särskilt konkret och dessutom vanskligt att hantera när det ska omsättas i praxis. Värdering av "äkthet" ställer krav på kunskap hos dem som ska värdera. För att kunna

uppfatta autenticitet eller äkthet måste man vara kritisk och frågande: Tror vi på det vi ser? Är det autentiskt eller trovärdigt? Det finns vad gäller museer ofta en idé om att originalmiljön eller originalföremålen gör tolkningarna mer äkta (jfr Bohman 2010). Museerna ska både förmedla och bevara, mål som inte sällan hamnar i konflikt med varandra. Om till exempel bara en viss procent av en byggnad kan bevaras, kan vi då beteckna byggnaden som autentisk? Eller hur ska vi förhålla oss till upplevelsen av ett författarhem där inredningen är omgjord? Har rummet blivit mindre autentiskt? Om en byggnad flyttas från det ställe där den först uppfördes, det vill säga tas ur sin kontext, kan vi ändå tala om arkitekturens autenticitet när husets förutsättningar vad gäller funktion, form och konstruktion kanske inte längre är desamma?

Olika tänkare har utifrån olika tiders forskningsklimat utvecklat sätt att förstå autenticitetens betydelse. Sociologen Dean MacCannell formulerade tidigt begreppet *iscensatt äkthet* (*staged authenticity*) (1976/1989). Det autentiska förläggs enligt detta synsätt någon annanstans, till en annan tid och på en annan plats. Detta *det andra* upphöjs till sevärdheter. Leken blir ett sätt att försöka komma åt något mer genuint och äkta än man annars gör. Ju fler kopplingar till det lokala eller, som i detta fall, författaren, desto mer genuin anses vandrigen vara. När guiden i *Agatha Christie's Mile* berättar att Christies dotter var hennes vän eller när Ystadguiden i samband med Wallanderbuss-turen berättar att en ur filmproduktionsgänget körde förbi legitimerar de sina verksamheter och evenemang. Vi kan tro på det och vaggas in i känslan av att det finns överallt omkring oss.

För MacCannell är autenticiteten drivkraften för turismen, detta äkta som finns i det andra. När han talar om den iscensatta autenticiteten menar han att det egentligen bara handlar om en känsla av att komma bakom fasaderna och att de är skapade för turisterna. John Urry ser snarare att det är längtan efter kontrasten till den egna vardagen som driver turisterna (1990).

Inom turismindustrin är det uppenbart att autenticitet spelar roll och producerar värden, betydelser och sammanhang för publiken och besökarna (Moscardo & Pearce 1986, Wang 1999). Vilken sorts autenticitet är inte alltid klart, men dikotomierna sant-falskt och äkta-oäkta reproduceras kontinuerligt i de turistiska berättelserna (Urry 1990). Påfallande ofta nöjer sig turister med icke-autentiska upplevelser i jakten på sevärdheter. För att en plats ska bli sevärd krävs olika saker. Många reser för att få uppleva hur någon verklig person, till exempel en författare, kan tänkas ha levat, men många reser även i fiktiva gestalters fotspår. Fiktiva händelser kan alltså också markera en plats som just sevärd. I Ystad söker turisterna inte lika ofta spåren efter författaren Mankell (de finns någon annanstans) som efter den fiktive Wallander.

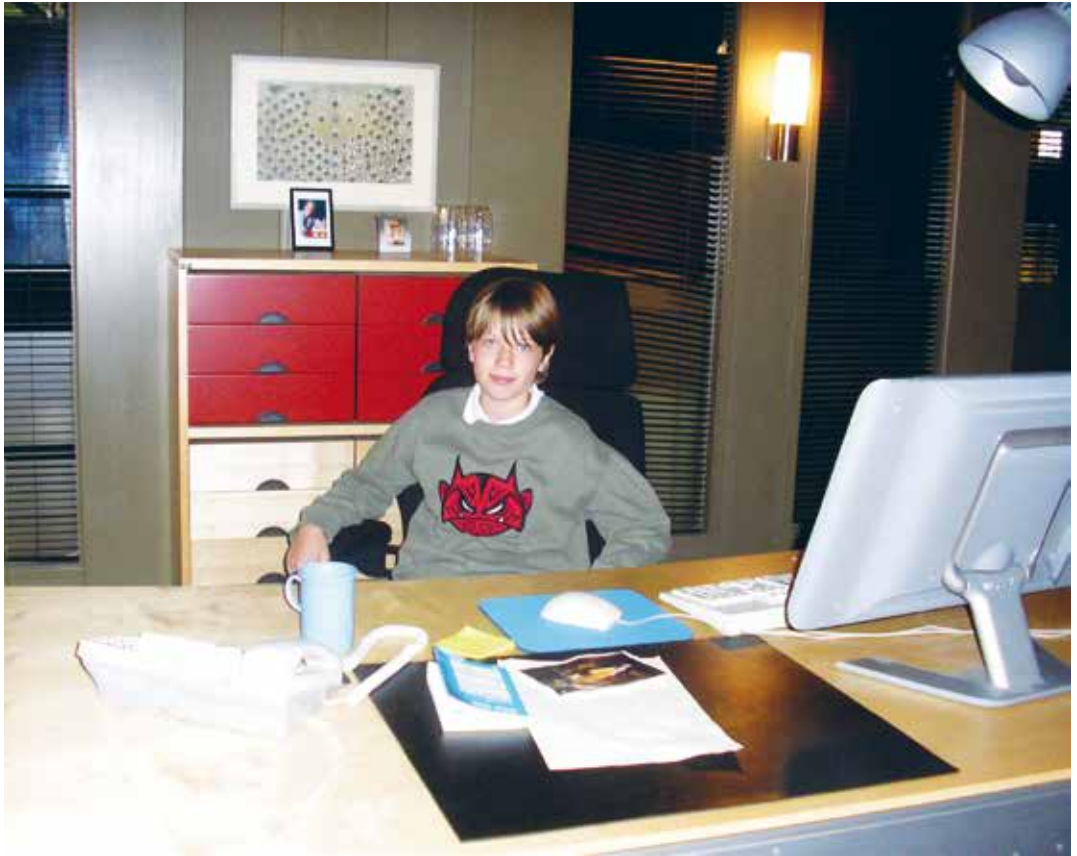
Paradoxalt nog kan turisterna uppfatta det fiktiva som det mest autentiska: det verkliga kräver en form för att förefalla verkligt. Nyfikenheten kan på så sätt fungera som ett kulturellt kraftfält.

Det finns många olika idéer om vårt behov av att bevara och återuppliva det förgångna, någonting som kan upplevas som mer gripbart och autentiskt. För de flesta är det tillräckligt att uppleva en alternativ miljö och livsstil under sin semester, i sin sommarstuga eller på en resa. Däremellan kan vi släcka vår längtan efter det rena, enkla, genuina genom att ta del av mentala bilder och skapade kulisser. På det här behovet svarar bland annat skönlitterära skildringar, i bokform såväl som filmatiseringar. I den här nostalgiska längtan efter någonting ursprungligt ingår föreställningar om *naturen* som en viktig atmosfärskapande miljö, vilket är uppenbart i de tre delstudierna. Men det är inte ”det riktiga” som resorna eller läsningen erbjuder, eller som vi ens vill ha. Det är kulisserna, det är föremål som rekvisita i en historisk tid eller en annorlunda tillvaro som ger oss bilder och stämningar. Konstruktionen motsvarar vår längtan efter ett avbrott, om det så bara är en fantasi.

Det har också påpekats att en produkt inte längre når framgång enbart med hjälp av fysiska eller estetiska egenskaper. Det behövs dessutom någon form av ”betydelse” som produkten symboliserar eller kopplas samman med. Många forskare har visat hur en region kan manifesteras sig med hjälp av materiella attribut som är symbol- eller värdeladdade.

Även för publiken, besökarna, resenärerna eller deltagarna skapar idén om autenticitet värden, mening och sammanhang och blir dessutom ett utmärkt verktyg för social kategorisering och positionering och för att skapa och upprätthålla identiteter och stilar (Cohen 1988, Jamal & Hill 2004). Det blir ett sätt att skilja mellan ”oss” och ”de andra” – ”vi som gillar detta” respektive ”ni som gillar det där”, ”vi med god smak” och ”ni andra”. För att tala i termer utvecklade av sociologen Pierre Bourdieu: platsen kan laddas med olika kulturella kapital. Här blir det tydligt att konsumtion kan handla om en särskiljandets praktik såsom Bourdieu beskriver den (1986). Man skapar distinktion genom att visa tillhörighet till en viss grupp, en grupp som delar de egna intressena och har kunskaper inom ett visst fält. Gränser för gemenskaper förändras hela tiden och Bourdieu visar att det finns mycket tyst kunskap i olika konsumtionssammanhang. Allt detta sker i ett komplicerat spel med flera aktörer: researrangörer, museifolk och journalister, publik. Värdering av upplevelser och tankar om autenticitet och icke-autenticitet är ett spel som skapar innebörder och värden och där vi jämför våra egna erfarenheter med andras. Att diskutera hur vi upplevde något blir ett sätt att både förlänga njutningen och bearbeta upplevelsen.

Det finns också en geografisk aspekt på autenticiteten. Vissa platser kan anses som mer autentiska än andra. Det har att göra dels med den etablerade historieskrivningen, dels med hur man reser och vilken konsumtionsnivå man lägger sig på. Det som framstår som en ursprunglig omgivning har ett visst värde, och *urvalet* ett annat. Äkthetsbegreppet är ingalunda statistiskt utan förändras ständigt, liksom den vikt vi lägger vid olika äkthetsdimensioner (Andersson Cederholm 2007). Flera forskare har understrukt hur subjektivt det autentiska är, till exempel inom sociologisk turismforskning (Andersson Cederholm 1999, 2007, Taylor 2001, Wang 1999). Autenticiteten har ofta flera lager. Det som är sant för en annan behöver inte vara sant för dig. Det innebär inte automatiskt att autenticiteten är en illusion, ogripbar och förlorad i subjektivitet. Men sanningen och det verkliga är alltid något som förhandlas. I medieåldern, med dess informationsöverflöd, representerar det autentiska ett begär efter något som är sant och ursprungligt. Det är till och med så, att om erfarenheten upplevs som autentisk för subjektet frikopplas upplevelsen från det egentliga objektet. I konstnärshem och författarhem äger olika aktiviteter rum: vanligt är att man skapar utställningar, men det finns också andra saker som kan iscensättas. Ofta hävdas det att dessa aktiviteter görs i ”den anda” som är författarens eller till och med den fiktiva romangestaltens. När guiden på Cineteket ber oss att sitta ner i Kurt Wallanders stol för att fotograferas blir autenticiteten ett begrepp som används för att ladda miljön med en särskild aura och därigenom – vilket kan uppfattas som en paradox – göra platsen mer säljbar. Mankells sociala och politiska engagemang i globala frågor ökar trovärdigheten: han har ett stort inflytande över Wallanderturismen och motsätter sig en kommersialisering och vill inte att det säljs till exempel Wallandermuggar eller -kepsar. Detta har försatt en del av dem som arbetar med att utveckla turismen i Ystad i en komplicerad situation, när de nu tycker att produktutveckling krävs (jfr Thompson 2007). Ofta är det viktigt att ha ett minne med sig hem. På den turistiska arenan är souvenirn en artefakt som värderas efter sin autenticitetsgrad. Forskningen säger oss att *uniciteten* är ett centralt kriterium när turister värderar vad som är autentiskt (t.ex. Urry 1990). Bedömningen av det autentiska är inte bara knuten till tinget i sig utan också till personen som tillverkat det. Lokalt hantverk ses till exempel ofta som autentiskt. Ytterligare en kvalitet som bedöms är *situationen* i vilken souvenirn är införskaffad. De artefakter eller souvenirer som dyker upp i den litterära turismen är ofta böcker och filmer, kartor och den typ av dokumentation som turisten gör själv: fotografier, anteckningar, dagböcker. Jag var där, jag köpte just den här prylen eller den här boken där ... I Ystad kan man på både Cineteket och turistbyrån köpa Mankellböcker på bland annat tyska. De är inköpta



i Tyskland och säljs framför allt till turistande tyskar som tar med sig boken hem för att återuppleva resan och den skönlitterära upplevelsen. Detta är en väsentlig del av resan. Den är så väsentlig att man på Cineteket funderar på att skaffa en stämpel där det står "Köpt i Ystad" eller liknande för att betona uniciteten hos produkten. Den är verkligen köpt på plats.

Det är inte bara materiella objekt som blir föremål för äkthetsbedömning, utan även författare, miljöer och till och med lokalbefolkning. För turismindustrin är kulturella symboler av olika slag ett råmaterial som utnyttjas och bearbetas enligt behov. Med hjälp av de här kulturella symbolerna kan resmållets betydelse regleras. Föremål ändrar *värde* genom olika transaktioner och hur olika grader av autenticitet eller äkthet upprättas och upprätthålls genom de här transaktionerna. Det handlar, kan man säga, om en *ackumulerande kedja av attraktion*.

Att köpa något med sig hem från sin resa är som sagt ett sätt att minnas.

Wallanders skrivbord i Ystad Studios. Bilden på "dottern" skymtar på hyllan i bakgrunden.

Att läsa skönlitteratur om eller se film från platser man besökt är ett sätt att förbereda sig inför en resa men kan likaväl vara ett sätt att hålla kvar eller blicka tillbaka på vad man upplevt. Det finns många alternativ. Vad gäller böcker kan det vara skönlitteratur där just den specifika platsen beskrivs, det kan vara skrivet av en författare som dessutom kommer från den platsen. Men det finns också en genre som handlar om författaren och platsen.

På de flesta ställen jag besökt finns denna sorts böcker representerade, ibland i flera versioner. *Daphne du Maurier. Vanishing Cornwall*, med förord och fotografier av du Mauriers son, är en blandversion som innehåller texter av författaren som alla handlar om hur Cornwalls kust, vilda terräng och föränderliga väder inspirerade hennes skrivande (2007). *The World Within: The Brontës at Hayworth. A Life in Letters, Diaries and Writings* är en klassisk författarbiografi där författaren Juliet Gardiner varvar biografiska fakta med texter av medlemmar av familjen Brontë, allt rikligt illustrerat (1992). *Agatha Christie at home*, med förord av barnbarnet, betonar i ännu högre utsträckning kopplingen mellan landskapet och litteraturen (Macaskill 2009). Ofta är texten populärt hållen, författad av journalister med vana att skriva, med ett rikt, påkostat och illustrativt bildmaterial som ofta ger tidskänsla och gedigna biografiska genomgångar. Vanligt är också att böckerna legitimeras genom att en släkting skriver för- eller efterord. Nämnda böcker kompletteras med en mängd kortare, mer resvänliga böcker som *Daphne du Maurier's Cornwall* eller böcker utgivna av museer, litterära sällskap eller enskilda entusiaster.

Astrid Lindgren har förärats mängder av böcker som kopplar henne till Vimmerby och Småland. *Astrid från Vimmerby* av Lindgrenkännaren och bibliotekarien Lena Törnqvist är en och där betonas att liv och verk ligger nära varandra (1998). Bildmaterialet är till stor del hämtat från familjen Lindgrens privata fotoalbum och de tackas också initialt för både bilder och berättelser. Efter Lindgrens bortgång gav en grupp Vimmerbyjournalister, en fotograf och en konstnär ut boken *Rebellen från Vimmerby. Om Astrid Lindgren och hemstaden* (Fellke m.fl. 2002). Det är en innehållsrik bok som i flera bemärkelser påminner om den genre jag beskriver: i förordet skriver redaktören att de velat spåra avtryck som Vimmerby satt i Lindgrens författarskap och de spår Lindgren satt på staden. Bildmaterialet är rikt och varierat. Texterna handlar om författaren Astrid Lindgren, ortsbefolkningens minnen av henne, filmatiseringarna, skrivierna och en hel del om 1900-talets Sverige och Småland. En hel del av berättelserna känns igen från andra håll, som den om hur Astrid Lindgrens Värld skapades, men också från Lindgrens liv och engagemang. Dessa två är bara några i den rika flora av böcker som behandlar Astrid Lindgren som person eller författare och jag har valt dem därför att

de betonar kopplingen till platsen. De återkommer dock som delar i många av de andra biografierna.

Ännu mer uppenbar koppling till landskapet finns i Annika MacClintocks bok *Wallanders värld* (2010). Den skiljer ut sig för att den handlar om den fiktive personen Wallander men också för att den så uppenbart är en bilderbok. Bilderna är många och otroligt vackra, och *Wallanders värld* fungerar både som en bok om Ystad och Österlen och som en bok för den som vill veta mer om Wallander och den fiktive kommissariens genomslag. Boken består av ett antal korta kapitel, först på svenska och sedan på engelska och tyska. Böckerna citeras och intervjuer med människor inblandade i Wallanders värld, företrädesvis filmatiseringarna, och historiska återblickar varvas. Vi får veta en hel del om både Wallanders värld och Ystad med omnejd. De geografiska platserna utmärks med positioner i innehållsförteckningen, vilket gör det möjligt att köra efter boken. Det förefaller ha effekt att saluföra Skåne, och i vissa bemärkelser Sverige, med hjälp av Wallander: jag har hittat annonser för sommarhus där det kopplas till Wallanderland, tydligt i den engelska lanseringen: "Charming Swedish summerhouse in Wallander land".⁴¹

Camilla Läckberg utmärker sig genom att vara den av nämnda exempel som arbetar mest uttalat med marknadsföring av sig själv. Hennes fiktiva gestalter har, åtminstone än så länge, en förhållandevis liten roll i turistiska hänseenden. Däremot använder hon sig själv i fiktiva sammanhang genom att bli fotograferad i miljöer ur sina böcker, vilket hittills varit tydligast i marknadsföringen av boken *Tyskungen*.

Människor följer i böckernas spår men mer för att finna platserna än av nyfikenhet på personerna. Läckberg själv har fortsatt att skriva deckare men är verksam även i andra genrer. Jag har nämnt att hon skrivit en kokbok tillsammans med barndomsvännen Christian Hellberg. Under 2011 kom ytterligare en kokbok, *Fest, Mat & Kärlek* och barnboken *Super-Charlie*. Båda innehåller en hel del som kan kopplas till Läckbergs privatliv. Camilla Läckberg marknadsför den senaste kokboken, men också tidigare böcker, sig själv och Fjällbacka, med kortfilmer på YouTube och en aktiv blogg men också genom att på andra sätt använda ny teknik.

SLUTORD

Att resa i författares, böckers och filmers fotspår förefaller ha blivit ett populärare sätt att resa, ett sätt att arrangera och komponera en resa på egen hand. Turistiskt och lokalt skapas en betydelsefull ekonomi kring denna form av turism. De institutionaliserade delarna av resorna, såsom guidade turer, är än

så länge ändå bara en liten del av allt det resande som försiggår i litterära spår, även om de får stor medial uppmärksamhet. Det är inte bara så att turism ska rädda varje landsdel – mer än någonsin betonas vilken roll kulturella resurser spelar. Längre var Sverige känt för sin musikexport. Nu betonas även andra delar, däribland litteratur. Det som traditionellt kallas för kulturella uttryck ses som konkurrensmässigt och satsningar på det kan därmed bli ett sätt att säkra sin framtid. Den medvetenheten har nått delar av turismbranschen. Men om detta ska fungera fullt ut måste man ta med de kulturella branscherna i processen. Dagens konsumenter nöjer sig inte med halvdana satsningar – det krävs helt enkelt en professionalisering på bred front. I satsningar på litterär turism går det att se en polarisering mellan det upplevelseorienterade, ”häftiga” och kommersiella å ena sidan och det grundande, ideella och folkbildande å den andra, för att hårdra det. Denna polarisering har till exempel funnits med i diskussionen om hur kunskapscentrumet Näs skulle utformas, liksom i Fjällbacka när det diskuteras varför turister kommer till orten. Det är en i allra högsta grad levande diskussion i branschen. Många av de litterära sällskapen förvaltar författarhem, arrangerar olika evenemang och vandringar som dock sällan samordnas med turismbranschens resurser och kunskaper. I vissa fall handlar det om en sorts exklusivitet där sällskapen vill hålla sin verksamhet inom en begränsad skara och för entusiaster, i andra fall handlar det om turismbranschens oförmåga att ta tag i ideellt verksamma. Ibland är detta anledningen till att kommunens turismansvariga själva inte är speciellt drivna eller intresserade av att utveckla verksamheten eller gå bortom de uppkörda vägarna. Denna polarisering är sällan fruktbar.

Det handlar också om skilda förutsättningar och en del om branschens status, som i samband med en sorts professionalisering förhoppningsvis förändras. Exempelen i denna bok visar möten mellan olika branscher där turism- och bokbransch varit tydligast. Det framstår som viktigt att arbeta med ansvars- och statusfrågor men också med god service.

Marknadsföring är ett svårt och dyrt kapitel, säger flera informanter. Det är svårt att engagera journalister som är stationerade i städerna om det handlar om författarhem som ligger i periferin. Föreningar och stiftelser måste ofta själva ta ett stort ansvar för att klara driften av hus och hem, de drivs ofta ideellt, och det finns inga ekonomiska resurser. Så upplever även många i turismbranschen sin situation. Det finns lite resurser och därmed lockas i värsta fall inte de drivande krafter som skulle behövas. Med Fjällbackaexemplet visas kampen för att samordna resurserna. I Ystad arbetade man intensivt under några år för att se filmproduktion som en ny näring. Där har man tvingats att arbeta väldigt strategiskt och inte alltid lyckats eftersom det kommunalt

funnits en ovilja att bryta upp förvaltningsgränser. För att lyckas måste arbetet vara långsiktigt och då handlar det inte bara om ekonomisk tillväxt utan även om till exempel miljö. Kommunernas roll är att skapa förutsättningar för att samhället ska fungera, och för att sådana ska komma till stånd måste olika aktörer vara med på noterna. Påfallande ofta är det offentliga i obalans med det privata. För turismbranschens vidkommande spelar det säkert roll att den till stor del består av kvinnor och att området länge varit en lågstatusverksamhet.

Vad är det för tekniker vi använder för att röra oss mellan de olika upplevelserna, mellan de mentala resorna och de rent fysiska? Jag har skrivit om hur läsningen av en bok eller minnet av en filmatisering kan få oss att gå i och ur dessa associationer, hur de ibland blandas och blir till något oförutsett. Orvar Löfgren har skrivit om hur landskapsupplevelser medieras genom både de erfarenheter man har sedan tidigare och olika medietekniker. Hela tiden blandas det unika och det personliga med det standardiserade och homogena. Det oförutsedda och det överraskande är inte sällan det vi som resenärer vill komma åt, samtidigt som turismindustrin frenetiskt arbetar med att paketera och marknadsföra för att vi ska ”slippa” negativa överraskningar, men också för att vi som resenärer ska spara planeringstid. Löfgren betonar värdet av att kunna återge och berätta om sin upplevelse och att det skapat specifika genrer men också att det ofta finns normativa drag i föreställningar om vilken upplevelse man bör ha (1999). När morkartorna och broschyrerna berättar om sevärdheter har urvalet en lång historia. Utsikter och upplevelser har man samlat på under några hundra år. Det har länge funnits en medvetenhet om att en lyckad resa betyder att resenären har blivit gripen av landskapet, engagerad och känslomässigt berörd.

Platser som lyckas väl i sin platsmarknadsföring och turistifiering har ofta flera sevärdheter med historia. Det är även vanligt att platser revitaliseras i arbetet med att hitta nischer, att profilera sig själv för att kunna konkurrera på upplevelsemarknaden. I denna upplevelseproduktion betonas vissa saker och platser, medan andra tonas ner. Författare, fiktiva litterära personer och litteratur som liksom platser och kulturarv, både materiella och immateriella uttryck, är föränderliga, mångfacetterade och tacksamma att arbeta med eftersom de kan inlemmas i ständigt nya berättelser och sammanhang. Det har som några av exemplen ovan visar blivit allt vanligare att uttryckligen använda berättelser, eller *storytelling*, för att profilera platser, vad gäller både utifrån kommande besökare och lokala invånare. En berättelse om en plats tidigare roll eller funktion är tacksam, inte minst för att stärka lokal identitet.

Många reser för att besöka platser där något förgånget finns bevarat som



Originalgrindarna till Menabilly/Manderley, nu på ny plats.

man kan ta del av. Ibland sägs det att sinnena är en väg till det förflutna men också att det förflutna framstår som en väg till sinnena. I Vimmerby kommun kan det i vissa bemärkelser sägas att tiden tycks stå still, såtillvida att det fortfarande rör sig om små samhällen som kan representera något som kan kopplas till nostalgiska känslor. Hur litteratur skapar djupt rotade föreställningar om en plats illustreras till exempel genom Astrid Lindgrens författarskap.

Pendlingen mellan att vara en offentlig representation och ett individuellt och privat fält i bemärkelsen författarens privata liv och privat i bemärkelsen det självupplevda illustreras av exemplet ovan när vi under *Rebecca*-vandringen i samband med Daphne du Maurier-festivalen stod utanför grindarna vid Menabilly/Manderley: vi uppmanades att tänka på platsen där författaren faktiskt bott, det vill säga Menabilly, men också att anknyta till vårt minne



Nya grindar till Menabilly/Manderley som ligger väl inbäddat i grönskan.

av berättelsen om Manderley. Fiktionsnivåerna var många och försköts i och med att vi dessutom fick veta att originalgrindarna, det vill säga de som var på plats under du Mauriers tid, numera finns vid ett annat hus i Fowey, som vi också passerade under den långa vandringen.

Helt klart är att Henning Mankell och framför allt Kurt Wallander används för att representera Ystad, Österlen och Skåne, Camilla Läckberg för att representera Fjällbacka och Bohuslän och Astrid Lindgren för att representera Vimmerby och Småland. För numera måste varje ort med självaktning finna sin identitet, skapa ett varumärke och en image. Kan vi framöver räkna med att vi kommer att få författare, litteratur och film som i ännu högre grad designas för att passa platsen?



EFTERORD

INTRESSET FÖR RESANDE I LITTERÄRA BERÄTTELSERS SPÅR har varit ett sätt att knyta samman flera av de forskningsfält jag sedan länge intresserat mig för. Häromåret bestämde jag mig för att skriva en bok som bygger vidare på de artiklar jag tidigare skrivit. Jag kunde helt enkelt inte sluta samla material. Många har på olika sätt bidragit till att detta blivit av. Först av allt vill jag tacka alla dem jag intervjuat genom åren och som välvilligt avsatt tid och engagemang. Åtskilliga kolleger vid Institutionen för kulturvetenskaper och Institutionen för Service Management, Lunds universitet, har genom åren diskuterat, läst och kommenterat artiklar och nu slutligen bokmanus. Under flera år har största delen av min arbetstid ägnats åt undervisning. Det har skett i ett sammanhang som jag menar har fördjupat och breddat min forskning. Spännande kurser, kreativa arbetslag och engagerade kolleger har gjort det möjligt att använda den minimala tid som blivit över till läsande och skrivande inom detta såväl som andra forskningsprojekt. Jag vill särskilt tacka Erika Andersson Cederholm, Johan Hultman och Filippa Säwe för stöd och ständigt beredskap för att fantisera kring nya projekt.

Under det senaste året har några personer läst och lämnat synpunkter på bokmanus. Tom O'Dell läste en tidig version och den läsningen gav mig lust att fortsätta. Markus Idvall, Orvar Löfgren och Lars Persson har läst senare i processen. Gunnel Olsson har läst flera versioner och har förefallit outröttlig när jag själv tappat farten. Olle Hedling, Sara Kärrholm, Katarina Saltzman och Susanne Wollinger har läst delar där jag behövt specialkunskaper om regional filmproduktion, kriminalgenren och platsutveckling och förtydliganden. En särställning har vännen och kollegan Charlotta Hagström som ovärderligt res- och lässällskap under flera år. Vi har tillsammans upplevt Wallanderpaketet och rest i Agatha Christies fotspår, för att nämna några gemensamma resor. Även min familj, Lars (som dessutom läst och diskuterat oändliga versioner),

Nils, Jens och Johan har åkt med på mängder av resor och gått guidade turer i spåren av författare, böcker och filmer. Ett tag undrar jag om inte Nils visste mer om Kurt Wallander än jag. Hoppas alla dessa resor gett er alla lust både att se detaljer och helheter och att resa mera, mentalt såväl som kroppsligen. Resan behöver inte vara lång för att vara exotisk.

NOTER

1. Som bas för boken finns de artiklar jag publicerat inom fältet liksom de papers jag presenterat på olika vetenskapliga konferenser (se litteraturlista). Mellan 2007 och 2010 har jag gjort åtskilliga fältarbeten vilka jag diskuterar och hänvisar till i texten. Jag har gjort sammanlagt 21 formellt genomförda djupintervjuer, det vill säga inspelade intervjuer omfattande mellan 60 och 145 minuter. Till detta kommer observationer, deltagande i konferenser och seminarier, oändligt många informella samtal och en mängd guidade turer samt vandringar efter kartor men också broschyrer och annat material som diskuteras i appendix. Jag har i samband med fältarbeten dessutom fotograferat en del med tanken att ha bilderna som stöd för minnet. En del av dem återges i boken.

2. Ett exempel är Snapphanedagarna i nordöstra Skåne 2007, se Eskilsson & Högdahl 2009, allt för att få en spännvidd i materialet. Inte utan betydelse är de åtskilliga studiebesök och gästföreläsningar jag varit engagerad i som lärare vid turism- och hotell & restauranginriktningarna på institutionen Service Management, Lunds universitet.

3. Fältet är stort och blir ständigt större. Jag nämner efter hand några av de texter jag inspirerats av, vilket ingalunda är täckande för den forskning som görs.

4. Detsamma gäller i detta fält som det om kulturell ekonomi. Några av dem som började skriva om litterär turism internationellt är Herbert 1996, 2001, Robinson & Andersen 2003, Rosch 2009, Squire 1994 och Watson 2006.

5. Vilken betydelse vägen har är också olika för olika pilgrimsvandrare, menar religionssociologen Anna Davidsson Bremborg som följt svenska pilgrimsvandrare (2010). Hon menar att många av pilgrimsdefinitionerna handlar om att särskilja pilgrimsfärd från en turistresa, det vill säga en särskiljandets praktik. För många förknippas pilgrimsvandringen med att gå på en äldre led eller till ett historiskt pilgrimsmål, men Davidsson Bremborg menar att de svenska pilgrimer hon mött i sitt forskningsprojekt mer har betonat relationen mellan gåendet och det inre förhållningssättet (2010).

6. Delar av den etnografi som ligger till grund för resonemangen om Agatha Christie-festivalen har jag utvecklat tillsammans med Charlotte Hagström, som var mitt resällskap och en ovärderlig diskussionspartner, i en artikel i *Upptecknaren* nr 8, 2011. Detta kapitel är utgångspunkt för artikeln.

7. www.murderbycandlelight.co.uk

8. <http://agathachristie.com/map/>

9. Maria Månsson skriver sin doktorsavhandling i tjänstevetenskap vid Institutionen för Service Management, Lunds universitet. Under arbetsnamnet *Mediatized tourism – the convergence of tourism and media consumption* skriver hon om sambandet mellan turism, mediekonsumtion och plats (se vidare Månsson 2011).

10. För en gedigen genomgång av den svenska kriminallitteraturens historia, se Bergman & Kärrholm (2011).

11. Den roll Sjöwall och Wahlöö spelat för svenska kriminalromaner och -filmer

är central för diskussionerna i Michael Tappers nyutkomna doktorsavhandling *Snuten i skymningslandet* (2011).

12. Mellan 1998 och 2007 debuterade fler än 80 svenska kvinnliga kriminalförfattare enligt deckarspecialisten Johan Wopenka (1999). Decenniet dessförinnan var det 16. Numera kan man tala om internationellt genombrott för svenska ”kvinnodeckare”, menar Wopenka. Flera av dem skriver inom polisromangenren och har fört in fler kvinnliga karaktärer men också en hel del realistiska skildringar av Sverige i dag.

13. Diskussionerna kring svensk regional filmproduktion och dess koppling till regional utveckling finns formulerade i andra böcker och artiklar och kommer inte att diskuteras på något djupare sätt i detta sammanhang, se Blomgren 2007, Dahlström et al. 2005, Dahlström 2008, Hedling & Wallengren 2006, O. Hedling 2010.

14. Här har jag valt att räkna med boken *Innan frosten* som framför allt handlar om Kurt Wallanders dotter men där Wallander är med. Det är trots det inte alltid som den boken räknas in bland Wallanderböckerna men eftersom den dessutom är filmatiserad väljer jag att räkna med den. Vad gäller filmproduktionsbolaget och Henning Mankells inblandning rekommenderas texter av Olle Hedling och Michael Tapper. Hos den senare finns dessutom genomgång av såväl böckernas som filmernas mottagande.

15. När jag sitter och skriver slutversionen av denna text kommer beslut om att göra ytterligare tre nya Wallanderfilmer redan sensommaren/hösten 2011 med Kenneth Branagh i huvudrollen. <http://nyheter.henningmankell.se/2011/08/tre-nya-wallanderfilmer/>.

16. Där inget annat anges hänvisas till 2009 års broschyr som också finns som pdf-fil på Ystads kommuns hemsida: [www.ystad.se/Broschyr.nsf/0/54602B37F9B33EFAC125737500441581/\\$file/Wallanderfolder09](http://www.ystad.se/Broschyr.nsf/0/54602B37F9B33EFAC125737500441581/$file/Wallanderfolder09).

17. www.kulturcentrummankell.se

18. www.ystad.se/ystadweb.nsf/AllDocuments/97A1A0BF65E5E729C1257706002DA8AC, läst 2010-06-30.

19. Storytelling har blivit ett etablerat begrepp i turismbranschen och turismforskningen och kommer egentligen från *corporate storytelling*, vilket kort sagt är en metod att kommunicera idéer och skapa varumärken. Se t.ex. Mossberg 2006.

20. Se även Lotten Gustafsson som skrivit om lekens förtrollande zon under Medeltidsveckan i Visby (2002).

21. www.oresundfilm.com/ och www.skane.se/sv/Webbplatser/Kultur-Skane-samlingsnod/Kultur_Skane/Kulturkatalog/-Kultur-Skane-Culture-Catalogue/Film/Oresund-Film-Commission

22. www.oresundfilm.com/about_the_region/why_oresund/ Läst 1/7 2010.

23. Man kan gå vidare i analysen av den manlige mordspanaren som stereotyp. Filmvetaren Michael Tapper ger en idéhistorisk exposé över mordspanares ikonografi och ser Wallander liksom Sjöwalls och Wahlöös polis Beck och Håkan Nessers Van Veeteren som en diagnos på och ett förkroppsligande av det svenska välfärdssamhällets kristillstånd (2010, 2011).

24. Magdalena Petersson har intressanta diskussioner kring performancebegreppet från olika infallsvinklar i boken *Identitetsföreställningar. Performance, normativitet och makt ombord på SAS och AirHoliday*, 2003.

25. www.nyheterna.se/1.1764104/2010/08/30/nostalgin_ar_en_stark_kraft_i_sverige.

26. www.ianrankin.net
27. För nationellt vidkommande, se till exempel Dahlström et al. 2005, O. Hedling 2010, Turismens utredningsinstitut 2006. Det finns dock internationella satsningar där de ekonomiska konsekvenserna inte alls blivit de förväntade (O. Hedling 2010b).
28. Vinnaren av Astrid Lindgren Memorial Award, ALMA, utses av en jury tillsatt av Statens Kulturråd.
29. Kartan är utgiven av Fjällbacka Samhällsförening och Fjällbacka Restaurang & Köpmannaklubb och utgavs 2008.
30. www.johantheorin.com
31. www.dn.se 2009-08-22, www.dn.se/dnbok/manifest-for-ett-nytt-litterart-decennium-1.935839. Läst 2009-08-24.
32. *Svensk Bokhandel* hade under 2004 en lång artikelserie om litterära agenter och nya förhållningssätt och lojalitet gentemot förlag.
33. Till exempel *Svensk Bokhandel* 23/3 2001, 13/2 2004, 28/4 2005, 21/4 2009.
34. När jag slutligen bestämde mig för att arbeta om mitt material och mina artiklar i en ny och sammanhängande text, dvs. det som blivit denna bok, kom boken *Astrid Lindgrens världar i Vimmerby. En studie om kulturarv och samhällsutveckling*, Leif Jonsson (red.) (2010). Den har kommit att fungera som en uppdatering av en del av det jag gjort. En del perspektiv är påfallande lika dem jag arbetat med, och ibland är det till och med samma personer vi intervjuat, vilket fungerat som en tacksam komplettering för denna studie. Det bekräftar dessutom föreställningen om att man sällan tänker unikt utan deltar i ett ständigt levande samtal.
35. ”Handlingsplan för kulturella och kreativa näringar”, Kulturdepartementet och Näringsdepartementet. Växjö: 2009.
36. För en betydligt mer detaljerad och systematisk genomgång av hur markerna brukats och använts, se Althén & Essen 2010.
37. Numera ägs det av kommunen (30%) och Saltkråkan AB (70%). Verksamheten i ALV kontrolleras av ett programråd som består av släktingar och personer som Astrid Lindgren sett ut, bland andra Karin Nyman, Nisse Nyman, Barbro Alvtegen, Leif Runström, Margareta Strömstedt som skrivit flera böcker om Astrid Lindgren samt företagets vd Mikael Ahlerup.
38. www.vimmerby.se/barn-utbildning/grundskola/astrid-lindgrens-skola
39. Statyn har skapats av Marie-Louise Ekman. Astrid Lindgren sitter med sin skrivmaskin vid ett skrivbord. Detta är den staty som den lokala opinionen slutligen godkände. Här kan man som besökare på klassiskt sätt låta sig fotograferas tillsammans med författaren.
40. www.svenska-cykelsallskapet.se/images/AstridLindgren.pdf.
41. www.skivarp.se/bingsgarden/index_eng.html, 2010-08-18.

LITTERATUR

- Althén, Kajsa, 2010. "Att våga tänka annorlunda", Jonsson, L. (red.), *Astrid Lindgrens världar i Vimmerby. En studie om kulturarv och samhällsutveckling*. Lund, Nordic Academic Press.
- Althén, Kajsa & Essen, Elisabeth, 2010. "Markanvändning vid Näs", Jonsson, L. (red.), *Astrid Lindgrens världar i Vimmerby. En studie om kulturarv och samhällsutveckling*. Lund, Nordic Academic Press.
- Ambrius, J., 2004. *Wallanders Ystad. Platser i böcker och filmer om Kurt Wallander*. Sportförlaget & Ystads Allehanda.
- Andersson Cederholm, Erika, 1999. *Det extraordinära lockelse. Luffarturistens bilder och upplevelser*. Lund, Arkiv.
- Andersson Cederholm, Erika, 2007. "At 'bare være' – ægthed, relationer og intimitet i oplevelsesindustrien", Baerenholdt, J. & Sundbo, J. (red.), *Oplevelsesøkonomi. Produktion, forbrug, kultur*. Fredriksberg, Forlaget Samfundslitteratur.
- Andersson Cederholm, Erika & Gyimóthy, Szilvia, 2006. "Att vara hemma borta. Bondgårdens kommodifiering och hotellets privatisering", Willim, R. (red.), *ETN: HEM, Etnologisk skriftserie*, 2006:2.
- Andersson, Lisa, 2008. "Mord i Mari Jungstedts fotspår. En etnologisk studie av en gotländsk temakarta". Kandidatuppsats i etnologi. Etnologiska institutionen, Stockholms universitet.
- Appadurai, Arjun, 1996. *Modernity at large. Cultural dimensions of globalization*. Minneapolis, University of Minnesota Press.
- Aronsson, Peter, 2004. *Historiebruk. Att använda det förflutna*. Lund, Studentlitteratur.
- Aronsson, Peter, 2004. "Den osedda filmen – kulturarv och visualiseringsprocesser", Snickars, P. & Trenter, C. (red.), *Det förflutna som film och vice versa*. Lund, Studentlitteratur.
- Aronsson, Peter, 2004. "Författarkonsten och historikerna", Aronsson, P. (red.), *Makten över minnet. Historiekultur i förändring*. Lund, Studentlitteratur.
- Aronsson, Peter, 2010. "Historiebrukens ekologi", Jonsson, L. (red.), *Astrid Lindgrens världar i Vimmerby. En studie om kulturarv och samhällsutveckling*. Lund, Nordic Academic Press.
- Bauman, Zygmunt, 2008. *Konsumtionsliv*. Göteborg, Daidalos.
- Beeton, Susan, 2005. *Film-induced tourism*. Clevedon, Channel View Publications.

- Beckman, Svante, 2010. "Kultur som tillväxtresurs och bildning", Jonsson, L. (red.), *Astrid Lindgrens världar i Vimmerby. En studie om kulturarv och samhällsutveckling*. Lund, Nordic Academic Press.
- Bergman, Kerstin & Kärrholm, Sara, 2011. *Kriminallitteratur. Utveckling, genrer, perspektiv*. Lund, Studentlitteratur.
- Bjurström, Erling & Nyblom, Andreas, 2010. "Kulturekonomi – framtidens lokala tillväxtmotor", Friberg, T. & Thelander, S. (red.), *Samtal pågår... från forskare till politiker och tjänstemän i kommuner*. Linköping, Centrum för kommunstrategiska studier, Linköpings universitet.
- Blomgren, Roger, 2007. *Den onda, den goda och den nyttiga. Kulturindustri, filmen och regionerna*. Forskningsrapport 2007:2. Högskolan i Väst.
- Bohman, Stefan, 2010. *Att sätta ansikte på samhällen. Om kanon och personmuseer*. Stockholm, Carlssons.
- Bryman, Alan, 2004. *Disneyization of Society*. London, Sage.
- Busby, Georg & Klug, Julia, 2001. "Movie-induced tourism. The Challenge of measurement and other issues", *Journal of Vacation Marketing*, No. 7, 2001.
- Busby, Georg & George J., 2004. "The Tailor of Gloucester. Potter meets Pooter – literary tourism in a Cathedral City". Paper at the conference *Tourism and Literature. Travel, Imagination and Myth*, Centre for Tourism and Cultural Change, Leeds Metropolitan University.
- Carlsson, Marie, 2009. "Fjällbackas finest. Camilla Läckberg (1974–)", *Tretton svenska deckardamer. Författarporträtt*. Lund, BTJ Förlag.
- Cohen, Eric, 1988. "Authenticity and commodification in tourism", *Annals of Tourism Research*, Vol. 15, No. 3.
- Dahlström, Margareta, m.fl., 2005. *Film och regional utveckling i Norden*. Göteborg, Svenska Filminstitutet.
- Dahlström, Margareta, 2008. "Filmturism – möten mellan kultur och näring i globaliseringens tid", Kolmodin, Anne (red.), *Globalisering och kultur*. Institutet för tillväxtstudier. A2008:014. Östersund.
- Davidsson Bremborg, Anna, 2010. *Pilgrimsvandring på svenska*. Lund, Arcus.
- du Maurier, Daphne, 2007 [1967]. *Vanishing Cornwall*. London, Virago.
- Ehn, Billy, 1986. *Museendet. Den museala verkligheten*. Stockholm, Carlssons.
- Ek, Richard & Hultman, Johan, 2007. "Produktgörandet av platser – En introduktion", Ek, R. & Hultman, J. (red.), *Plats som produkt. Kommersialisering och paketering*. Lund, Studentlitteratur.
- Ek, Richard, 2007. "Malmö och America's Cup. Det koloniala evenemanget", Ek, R. & Hultman, J. (red.), *Plats som produkt. Kommersialisering och paketering*.

Lund, Studentlitteratur.

- Ek-Nilsson, Katarina, 2005. "Titanen och sagodrottningen. Kulturella representationer av August Strindberg och Selma Lagerlöf", Aronsson, I.-L. & Meurling, B. (red.), *Det bekömda museet. Genusperspektiv i museologi och museiverksamhet*. Stockholm, Institutionen för ABM.
- Enge Swartz, Marianne, 2002. *Öppna dörrar. Guide till 56 författares hus och miljöer*. Stockholm, Carlssons.
- Eskilsson, Lena & Högdahl, Elisabeth, 2009. "Cultural Heritage across Borders? Framing and Challenging the Snapphane Story in Southern Sweden", *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*. Vol. 9, No. 1.
- Falkheimer, Jesper & Thelander, Åsa, 2007. "Att sätta en plats på kartan", Ek, R. & Hultman, J. (red.), *Plats som produkt. Kommersialisering och paketering*. Lund, Studentlitteratur.
- Fellke, Jens, Egerlid, Helena & Forsgren-Malmström, Rebecca, 2002. *Rebellen från Vimmerby. Om Astrid Lindgren och hemstaden*. Vimmerby, Jens Fellke produktion.
- Filmturism i fokus? Kartläggning av filmers påverkan på destinationer och dess betydelse för turismutveckling*, 2006. Turismens utredningsinstitut på uppdrag av Västergötlands museum. <http://www.fpsm.se/download/18.71552e2411fa881a5cb80006044/Filmturism+i+fokus+-+filmers+påverkan+på+turism.pdf>
- Foucault, Michel, 1967/1998. "Om andra rum". *MAMA/Divan*, nr 20/98 resp. 3-4/97
- Frost, W., 2006. "Braveheart-ed Ned Kelly. Historic films, heritage tourism and destination image", *Tourism Management*, Vol. 27, No. 2.
- Fägerborg, Eva, 1999. "Intervjuer", Kaijser, L. & Öhlander, M. (red.), *Etnologiskt fältarbete*. Lund, Studentlitteratur.
- Gardiner, Juliet 1992. *The World Within The Brontës at Haworth*. London, BCA.
- Giddens, Anthony, 1991. *Modernity and Self-Identity. Self and Society in the Late Modern Age*. Cambridge, Polity Press.
- Grundberg, Jonas, 2002. *Kulturarv, turism och regional utveckling*. Östersund, European Tourism Research Institute (ETOUR).
- Gustafsson, Lotten, 1995. "Den förtrollade zonen. Leken som möjlighet och fara under medeltidsveckan i Visby", *Kulturella Perspektiv. Svensk etnologisk tidskrift*, nr 4, 1995.
- Gustafsson, Lotten, 2002. *Den förtrollade zonen. Lekar med tid, rum och identitet under Medeltidsveckan på Gotland*. Nora, Nya Doxa.
- Gustafsson Reinius, Lotten, 2008. "Innanför branddörren. Etnografiska samling-

- ar som medier och materialitet”, Jülich, S., Lundell, P. & Snickars, P. (red.), *Mediernas kulturhistoria*. Stockholm, Mediehistoriskt arkiv 8. Statens ljud- och bildarkiv.
- Hagström, Charlotte & Sjöholm, Carina, 2011. ”I Agatha Christies fotspår”. *Upp-tecknaren. Nytt från Folklivsarkivet*.
- Hansen, Kjell, 1999. ”Försäljning, vandrarhem, servering! Om kulturarv och landsbygdsutveckling”, O’Dell, Tom (red.), *NonStop! Turist i upplevelseindustrialismen*. Lund, Historiska Media.
- Hansen, R. & Wilbert, C., 2006. ”Setting the Crime Scene. Aspects of Performance in Jack the Ripper Guided Tourist Walks”, *Merge*, No. 17, 2006.
- Hedling, Erik, 2006. ”Grupptruckets tragik. Om skildringen av kollektiva mekanismer i moderna svenska blockbusters”, Hedling, E. & Wallengren, A.K. (red.), *Solskenslandet. Svensk film på 2000-talet*. Stockholm, Atlantis.
- Hedling, Olof, 2006. ”Sveriges mest kända kiosk – om regionaliseringen av svensk film”, Hedling, E. & Wallengren, A. K. (red.), *Solskenslandet. Svensk film på 2000-talet*. Stockholm, Atlantis.
- Hedling, Olof, 2010a. ”Historien om ett brott. Kriminalfilmsserier som regionalt och panskandinaviskt mediekoncept”, Agger, G. & Waade, A.M. (red.), *Den skandinaviske krimi. Bestseller og blockbuster*. Köpenhamn, Nordicom.
- Hedling, Olof, 2010b. ”Murder, mystery and megabucks? Films and filmmaking as regional and local place promotion in Southern Sweden”, Hedling, E., Hedling, O. & Jönsson, M. (red.), *Regional aesthetics. Locating Swedish media*. Stockholm, Kungliga biblioteket.
- Herbert, David, 1995. *Heritage, Tourism and Society*. London, Mansell.
- Herbert, David, 2001. ”Literary Places, Tourism and the Heritage Experience”, *Annals of Tourism Research*, Vol. 28, No. 2.
- Higson, Andrew, 2003. *English heritage, English cinema. Costume drama since 1980*. Oxford, Oxford Univ. Press.
- Hudson, Simon & Richie, J.R. Brent, 2006. ”Promoting Destinations via Film Tourism. An Empirical Identification of Supporting Marketing Initiatives”, *Journal of Travel Research*, Vol. 44, No. 4.
- Idvall, Markus, 2000. *Kartors kraft. Regionen som samhällsvision i Öresundsbrons tid*. Diss. Lund, Nordic Academic Press.
- Idvall, Markus, 2009. ”Nybyggare, utvandrare, stamgäster. Om danskar och tyskar som köper eller hyr hus i Småland”, Littberger Caisou-Rosseau, I., Nilson, M. & Sjöholm, C. (red.), *Speglingar av Småland*. Hestra, Isaberg förlag.
- Ingemark, Anna, 1998. ”Det privata hemmet som offentlig scen. Ellen Keys Strand

- och Verner von Heidenstams Övralid". *Rig. Kulturhistorisk tidskrift*, nr 2.
- Jamal, T. & Hill, S., 2004. "Developing a framework for indicators of authenticity", *Asia Pacific Journal of Tourism Research*. Vol. 9, No. 4.
- Jensen, Rolf, *The Dream Society. How the Coming Shift from Information to Imagination Will Transform Your Business*. New York, McGraw Hill Education Companies.
- Johannisson, Karin, 2001. *Nostalgia*. Stockholm, Bonnier essä.
- Johansson, Emma, Ohlsson, Johanna & Olsson, Evelina, 2008. "Filmturism ur ett hållbarhetsperspektiv. Wallanders betydelse för Ystad". Kandidatuppsats i Service Management. Institutionen för Service Management, Lunds universitet.
- Johnson, N. C., 2004. "Fictional journeys. Paper landscapes, tourist trails and Dublin's literary texts", *Social & Cultural Geography*, Vol. 5, No. 1.
- Jones, D. & Smith, K., 2005. "Middle-earth Meets New Zealand. Authenticity and Location in the Making of The Lord of the Rings", *Journal of Management Studies*, Vol. 42, No. 5.
- Jonsson, Leif, 2010. "Introduktion", Jonsson, L. (red.), *Astrid Lindgrens världar i Vimmerby. En studie om kulturarv och samhällsutveckling*. Lund, Nordic Academic Press.
- Kajiser, Lars, 2002. "And the rest ... is history!", Eriksen, A., Garnert, J., Selberg, T. (red.), *Historien in på livet. Diskussioner om kulturarv och minnespolitik*. Lund, Nordic Academic Press.
- Kajiser, Lars & Östberg, Jacob, 2010. *Konsumtion*. Malmö, Liber.
- Karlén, Joakim, 2004. *Tio år med Astrid Lindgrens värld. Tankar om turism och upplevelseindustri*. Vimmerby, SIC-SAC.
- Karlsson, K., Molin, C., Skovsby, L. & Viltoft, M., 2004. *Ystad blir Hollystad. Var det FCUK finns Film i Skånes roll?* Malmö Högskola, Konst, kultur och kommunikation, Kreativ Producent Kulturpolitik.
- Kavaratzis, Mihalis & Ashworth, G. J., 2005. "City Branding. An effective assertion of identity or a transitory marketing trick?", *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie*, Vol. 96, No. 5.
- Kayser Nielsen, Niels, 2007. "Monument på väg. Kulturarvet i bruk och identitetens topografering", Frykman, J. & Ehn, B. (red.), *Minnesmärken. Att tolka det förflutna och besvärja framtiden*. Stockholm, Carlssons.
- Kotler, Philip (red.), 1999. *Marketing places Europe. How to attract investments, industries, residents and visitors to cities, communities, regions and nations in Europe*. London, Financial Times Management.
- Krona, Michael, 2006. "Filmfinansiering och regionalism. Wallanderprojektet på Österlen", Hedling, Erik & Wallengren, Ann-Kristin (red.), *Solskenslandet*.

- Svensk film på 2000-talet*. Stockholm, Atlantis.
- Krolkowski C.A. & Chappel, S.J., 2004. "In the footsteps of Günter Grass – literary landscapes in the city of Gdansk", Paper at the conference *Tourism and Literature. Travel, Imagination and Myth*, Centre for Tourism and Cultural Change, Leeds Metropolitan University. <http://www.ep.liu.se/ecp/042/>
- Kärnberg, Ulrika, 2003. *Stjärnfältet. En essä om helgon och skoskav*. Stockholm, Bonnier.
- Kärrholm, Sara, 2005. *Konsten att lägga pussel. Deckaren och besvärjandet av ondskan i folkhemmet*. Stockholm/Stehag, Symposium.
- Kärrholm, Sara, 2009. "Mediernas betydelse för skapandet av två 'deckardrottningsar' varumärken", NORLIT 2009. *Codex and Code. Aesthetics, Language and Politics in an Age of Digital Media*.
- Kärrholm, Sara, 2011. "Swedish Queens of Crime. The Art of Self-Promotion and the Notion of Feminine Agency – Liza Marklund and Camilla Läckberg", Nestinger, Andrew & Arvas, Paula (red.), *Scandinavian Crime Fiction*. Cardiff University of Wales Press.
- Landry, C., 2000. *The Creative City*. London, Earthscan.
- Lash, Scott & Urry, John, 1994. *Economies of signs and space*. London, Sage Publications.
- Lind, Joakim, 2006. *Kan man sälja Skåne med "Wallanderfilmer"? Värdet av exponering av Skåne genom "Wallanderfilmerna" och deras effekter på besöksnäringen*. Värdering och prognos genomförd av Cloudberry Communications AB på uppdrag av Region Skåne, Position Skåne och Oresund Film Commission.
- Lind, Joakim & Sparre, Madeleine, 2011. *Millenniumrapporten. Ekonomiska effekter och exponeringsvärdet av Stockholmsregionen i de svenska Millenniumfilmerna*. Cloudberry Communications.
- Lowenthal, David, 1985. *The Past is a Foreign Country*. Melbourne, Cambridge University Press.
- Löfgren, Orvar, 1997. "Vad rymmer en upplevelse? Turismen som kulturellt laboratorium". *Tradisjon*, nr 2.
- Löfgren, Orvar, 1999. *On Holiday. A History of Vacationing*. Berkeley, Los Angeles, London University of California Press.
- Löfgren, Orvar, 2001. "Den nya ekonomin. En kulturhistoria", *Kulturella Perspektiv. Svensk etnologisk tidskrift* nr 3.
- Löfgren, Orvar, 2003. "The new economy. A cultural history", *Global Networks*, No. 3.
- Löfgren, Orvar & Willim, Robert (red.), 2005. *Magic, Culture and The New Economy*. Oxford, Berg.

- Macaskill, Hilary, 2009. *Agatha Christie at Home*. London, Francis Lincoln.
- MacCanell, Dean, 1989 [1976]. *The tourist. A new theory of the leisure class*. Rev. ed. New York, Schocken books.
- MacClintock, Annika, 2010. *Wallanders värld*. Malmö, Roos & Tegnér.
- Manovich, Lev, 2001. *The Language of New Media*. Massachusetts, MIT Press.
- Maoz, D, 2005. "The mutual gaze", *Annals of Tourism Research*, Vol. 33, No. 1.
- Mathiesen Hjeldmahl, Kirsti, 2002. *Tur/retur temapark. Oppdragelse, opplevelse, kommers*. Diss. Det historiskfilosofiske fakultet, Universitetet i Bergen.
- McCorristine, Shane, 2011. "The Place of Pessimism in Henning Mankells's Kurt Wallander Series", Nestinger, Andrew & Arvas, Paula (red.), *Scandinavian Crime Fiction*.
- Meurling, Birgitta, 2006. "Hemmavid i tid och rum. Musealisering av två konstnärs-hem", *Kulturella Perspektiv. Svensk etnologisk tidskrift*, nr 1.
- Mossberg, Lena, 2003. *Att skapa upplevelser. Från OK till WOW!* Lund, Studentlitteratur.
- Mossberg, Lena & Nissen Johansen, Erik, 2006. *Storytelling. Marknadsföring i upplevelseindustrin*. Lund, Studentlitteratur.
- Månsson, Maria, 2010. "Negotiating, Authenticity at Rosslyn Chapel", Timm Knudsen, B. & Waade, A. M. (red.), *Re-investing Authenticity. Tourism, Place and Emotions*. Centre for Tourism & Cultural Change, Leeds Metropolitan University.
- Månsson, Maria, 2011. "Mediatized tourism", *Annals of Tourism Research*, Vol. 38, No. 4.
- Nyblom, Andreas, 2008. "Författarens ansikte. Ett bidrag till litteraturens mediehistoria", Jülich, Solveig, Lundell, Patrik & Snickars, Pelle (red.), *Mediernas kulturhistoria*. Stockholm, Statens ljud- och bildarkiv.
- O'Dell, Tom, 1999. "Turism i upplevelsens tecken", O'Dell, Tom (red.), *Nonstop! Turist i upplevelseindustrialismen*. Lund, Historiska Media.
- O'Dell, Tom, 2011. "Are you experienced?" *Kulturella Perspektiv. Svensk etnologisk tidskrift*, nr 3.
- O'Dell, Tom (red.), 2002. *Upplevelsens materialitet*. Lund, Studentlitteratur.
- O'Dell, Tom & Billing, Peter (red.), 2005. *Experiencescapes. Tourism, Culture and Economy*. Copenhagen, Copenhagen Business School.
- Pearce Philip L. & Moscardo, Gianna, 1986. "Historic theme parks. An Australian experience in authenticity", *Annals of Tourism Research* Volume 13, Issue 3:467-479.
- Persson, Eva, 1999. "Queenstown-Cobh, tur och retur", O'Dell, Tom (red.), *NonStop! Turist i upplevelseindustrialismen*. Lund, Historiska Media.

- Persson, Eva, 2002. "Croagh Patrick – berättelser på ett berg", Eriksen, A., Garnert, J. & Selberg, T. (red.), *Historien in på livet. Diskussioner om kulturarv och minnespolitik*. Lund, Nordic Academic Press.
- Persson, Magnus, 2002. *Kampen om högt och lågt. Studier i den sena nittonhundratalsromanens förhållande till masskulturen och moderniteten*. Stockholm/Stehag, Symposion.
- Petersson McIntyre, Magdalena, 2003. *Identitetsföreställningar. Performance, normativitet och makt ombord på SAS och AirHoliday*. Göteborg, Mara.
- Pine II, B.J. & Gilmore, J. H., 1999. *The Experience Economy. Work is Theatre & Every Business a Stage*. Boston, Mass., Harvard Business School.
- Plate, Liedeke, 2006. "Doing Cities by the Book. Literary Walking-Tours and Cosmopolitan Identities". Paper from the ESF.-Liu Conference *Cities and media. Cultural Perspectives on Urban Identities in a Mediatized World*, Vadstena 2006.
- Ristilampi, Per-Markku, 1998. "Ballonger och begivenheter", *Aura. Filmvetenskaplig tidskrift*, nr 2–3.
- Ritzer, George, 2000. *The Mcdonaldization of Society*. New Century ed., [rev.], Thousand Oaks, Calif Pine Forge Press.
- Robinson, Mike & Andersen, H. C. 2002. *Literature and Tourism. Essays in the Reading and Writing of Tourism*. London, Continuum.
- Saltzman, Katarina, 2001. *Inget landskap är en ö. Dialektik och praktik i öländska landskap*. Lund, Nordic Academic Press.
- Santesson, Aaron, 2004. "The Birth of the Birthplace. Bread Street and Literary Tourism before Stratford", *ELH* The Johns Hopkins University Press, Vol. 71, No. 2:377–403.
- Sillanpää, Pia, 2004. *Skönlitteraturens påverkan på bilden av en plats. Jan Guillous böcker om Arn och Mikael Niemis Populärmusik från Vittula – en studie av svenskanas associationer*. Östersund, European Tourism Research Institute (ETOUR).
- Sjöholm, Carina, 1992. "Hellre lite dum än snobbig". *En etnologisk studie av en satsning på arbetsplatsbibliotek*. Lund, Bokbox förlag.
- Sjöholm, Carina, 2003. *Gå på bio. Rum för drömmar i folkhemets Sverige*. Eslöv, B. Östlings bokförl. Symposion.
- Sjöholm, Carina, 2005. "Hotell Aston + biograf Rival = Hotel Rival". *ETN:POP. Etnologisk skriftserie*, nr 1.
- Sjöholm, Carina, 2008. "Smalfilm som semesterminne", Erik Hedling & Mats Jönsson (red.), *Välfärdsbilder. Svensk film utanför biografen*, Stockholm, Statens ljud- och bildarkiv.
- Sjöholm, Carina, 2008. "Mördarjakt i Ystad", *Rig. Kulturhistorisk tidskrift*. Nr 4, 2008.

- Sjöholm, Carina, 2009. "Crime Tourism and the Branding of Places. An Expanding Market in Sweden", *Session Swedish Crime Fiction in the Public Arena*, University Wisconsin Madison, Society for the Advancement of Scandinavian Studies.
- Sjöholm, Carina, 2010. "Astrid Lindgren som produkt i den nya ekonomin", Littberger Caisou-Rosseau, I., Nilson, M. & Sjöholm, C. (red.), *Speglingar av Småland*. Hestra, Isaberg förlag.
- Sjöholm, Carina, 2010. "Att äga rum. Litterär turism som resor i heterotopierna", *Kulturella perspektiv. Svensk etnologisk tidskrift*, nr 1.
- Sjöholm, Carina, 2010. "Literary Tourism and the Branding of Places. An Expanding Market in Sweden." Creativity from a global perspective. An International Conference on the Creative Industries, Nordic Centre, Fudan University, Shanghai 18–20 October 2010.
- Sjöholm, Carina, 2010. "Murder walks in Ystad", Timm Knudsen, B. & Waade, A. M. (red.), *Re-investing Authenticity. Tourism, Place and Emotions*. Centre for Tourism & Cultural Change, Leeds Metropolitan University.
- Sjöholm, Carina, 2010. "Wallanderland – film- och litteraturturism i Ystad", Agger, G. & Waade, A.M. (red.), *Den skandinaviske krimi – bestseller og blockbuster*. Nordicom.
- Sjöholm, Carina, 2011. "Crime Tourism and the Branding of Places. An Expanding Market in Sweden". *Conference proceedings of the Dickens and Tourism Conference*, 2010.
- Smith, Karen A., 2004. "Interpreting the writer's home – challenges, multiple messages and the role of the guide". Paper at the conference *Tourism and Literature. Travel, Imagination and Myth*. Centre for Tourism and Cultural Change, Leeds Metropolitan University.
- Squire, S., 1994. "The Cultural Values of Literary Tourism", *Annals of Tourism Research*. No. 21.
- Steiner, Ann, 2009. *Litteraturen i mediesambället*. Lund, Studentlitteratur.
- Stigsdotter, Ingrid, 2010. "Crime Scene Skåne. Guilty Landscapes and Cracks in the Functionalist Façade in Sidetracked, Firewall and One Step Behind", Hedling, E., Hedling, O. & Jönsson, M. (red.), *Regional aesthetics. Locating Swedish media*. Stockholm, Kungliga biblioteket.
- Strannegård, Maria, 2009. *Hotell Speciell. Livsstilskonsumtion på känslornas marknad*. Malmö, Liber.
- Strömberg, Per, 2007. *Upplevelseindustrins turistmiljöer. Visuella berättarstrategier i svenska turistanläggningar 1985–2005*. Uppsala, Fronton förlag.
- Sydney-Smith, S., 2006. "Changing Places. Touring the British crime film", *Tourist*

- Studies*, Vol. 6, No. 1.
- Syssner, Josefina, 2010. "Visioner, miljöer, människor", Jonsson, L. (red.), *Astrid Lindgrens världar i Vimmerby. En studie om kulturarv och samhällsutveckling*. Lund, Nordic Academic Press.
- Tapper, Michael, 2006. "Skymningslandet. Kriminalitet som hot mot Sverige i Johan Falk-trilogin", Hedling, E. & Wallengren, A. K. (red.), *Solskenslandet. Svensk film på 2000-talet*. Stockholm, Atlantis.
- Tapper, Michael, 2011. *Snuten i skymningslandet. Svenska polisberättelser i roman och på film 1965–2010*. Lund, Nordic Academic Press.
- Taylor, J. P., 2001. "Authenticity and sincerity in tourism", *Annals of Tourism research*, Vol. 28, No. 1.
- Thufvesson, Ola, 2009. *Platsutveckling*. Helsingborg, Plattformen.
- Thompson, Kristin, 2007. *The Frodo franchise. The Lord of the rings and modern Hollywood*. Berkeley, University of California Press.
- Thrift, Nigel, "Intensities of Feeling. Towards a Spatial Politics of Affect". *Geografiska Annaler*, 86 (1), 2004.
- Tornborg, Katarina, 2007. *Sydsvenska Dagbladet* 22/1.
- Tzanelli, Rodanthi, 2004. "Constructing the 'cinematic tourist'. The 'sign industry' of The Lord of the Rings", *Tourist studies*. Vol. 4, No. 1.
- Törnqvist, Lena, 1998. *Astrid från Vimmerby*. Stiftelsen bevarande av Astrid Lindgrens gärning, Vimmerby.
- Törnqvist, Lena, 2006. "Det litterära Vimmerby", *Litterära miljöer i Vimmerby*. Museet Näktergalens årsskrift.
- Törnqvist, Lena, 2007. "Att vara profet i egen stad. Astrid Lindgren och Vimmerby", *Att skapa och vårda minne. Konferens för litterära museer och författar- och kompositörshem i Norden*. Norden, Nordisk Kulturfond. Arrangör: Strindbergsmuseet, Stockholm.
- Urry, John, 1995. *Consuming Places*. London, Routledge.
- Urry, John, 1990/2002. *The Tourist Gaze*. 2nd ed. London, Sage.
- Waade, Anne Marit, 2010. "Små städer – store forbrydelser. Stedspecifik realisme, provinsmiljø og rurale skandinaviske krimiserier", Agger, G. & Waade, A.M. (red.), *Den skandinaviske krimi – bestseller og blockbuster*. Köpenhamn, Nordicom.
- Wang, N, 1999. "Rethinking authenticity in tourism experience". *Annals of Tourism*, Vol. 26, No. 2.
- Werth, Christopher, 2009. "The Places I've Seen", *Newsweek*, 3/12.
- Willim, Robert, 2008. *Industrial cool. Om postindustriella fabriker*. Humanistiska fa-

kulteten, Lunds universitet.

Winter, T., 2002. "Angkor Meets Tomb Raider. Setting the scene", *International Journal of Heritage Studies*, Vol. 8, No. 4.

Wolf-Knuts, Ulrika, 1995. "Drömmen om den gamla goda tiden. Om nostalgi i veckotidningar", Selberg, T. (red.), *Nostalgi og sensasjoner. Folkloristisk perspektiv på mediekulturen*, Turku, NIF.

Wopenka, Johan, 2009. "Kvinnlig deckarhistoria. Från 1800-talets mitt till 1900-talets slut", *Tretton svenska deckardamer. Författarporträtt*. Lund, BTJ Förlag.

TIDNINGAR OCH TIDSKRIFTER

Bobusläningen 21/11 2007

Dagens Nyheter 11/11 2006

Fjällbacka-Bladet nr 94, 2003, nr 102, 2007

Newsweek 3/12 2009

Radio Times 2008

Skånska Dagbladet 8/7 2010

Svensk Bokhandel 23/3 2001, 13/2 2004, 28/4 2005, 4/5 2007, 21/4 2009.

Sydsvenska Dagbladet 22/3 2007, 5/5 2007, 10/6 2007, 25/7 2007, 2/11 2007, 25/5 2008, 31/1 2011, 17/8 2008, 28/8 2011

Tidningen Boken nr 6, 2008

Trelleborgs Allehanda 22/4 2008

The Observer 2/7 2006

Ystads Allehanda 15/8 2011

APPENDIX

FÖRESATSEN HAR VARIT ATT HA EMPIRISK NÄRHET och jag har låtit mig inspireras av den tradition att arbeta med etnografisk metod som jag som etnolog arbetat med i flera tidigare studier.

Initialt hade jag forskningsmedel från Allhems stiftelse och de fältarbeten och det material jag då skapade använde jag som underlag för olika artiklar. Efter hand som jag arbetat med andra projekt, men framför allt undervisat, har jag insett att mycket av det material jag hade skulle kunna användas i ett vidare sammanhang. Det handlade också om att jag inte kunde sluta engagera mig. Jag kompletterade med uppföljande fältarbeten, samlade på mig en stor mängd dokument och framför allt så ville jag ha mina olika, ibland mycket olika, exempel samlade. Det blev mer och mer tydligt för mig när jag började arbeta med denna sammanhängande text hur detta projekt hänger ihop med några av mina tidigare. Mina tidigare forskningsarbeten kring medieanvändning, i synnerhet populärkultur, har fokuserat olika mediala uttryck men rent generellt gäller att jag intresserat mig för den situation det eller de verkat i snarare än det aktuella mediet i sig. Jag har läst många av böckerna författade av de författare jag skriver om här, sett filmatiseringarna och vet en del om författarna, men det är varken författarnas liv, böckerna eller filmernas innehåll jag här kommer att diskutera utan just hur dessa uttryck används.

Olika metoder för att skapa material leder till en diversitet vilket har haft betydelse för analysen och som varit ett medvetet drag eftersom olika metoder genererar olika sorters material. All forskning består av tre moment: materialinsamling, vetenskaplig bearbetning och resultatredovisning. När ett projekt pågår under lång tid är dock inte dessa olika stadier lika tydliga. Empirin, det vill säga det material som här analyseras, har tillkommit eller insamlats med hjälp av olika metoder. Som en del av det kulturanalytiska sättet att

arbete beskriver jag en hel del av de situationer jag varit en del av. Enligt detta synsätt är materialet inte en beskrivning av en faktisk verklighet, utan visar på verkligheten så som man kan nå den genom en viss metod. För att kunna säga något baserat på materialet har jag tagit hjälp av olika teoretiska begrepp. De fungerar som ett sätt för mig att försöka förstå och förklara och förmedla. Teori är perspektiv på verkligheten, det vill säga sätt att se. Utifrån vissa teoretiska begrepp fokuseras vissa aspekter av verkligheten vilket betyder att andra inte blir synliga.

Etnografi är ett effektivt sätt att analysera samtidsfenomen av detta slag och metoden har fått en renässans (jfr Arvastson & Ehn 2009). Ett väsentligt syfte med etnografi är just att skapa en samhällelig och kulturell kontext genom problematisering av ett nutida fenomen. Man ska vara medveten om att när detta nutida fenomen, resande i litterära spår, problematiseras här så har jag som författare en aktiv del i forskningsprocessen genom mina val av material, metod och teori. Alla sådana val styr analysen. På väg till en berättelse, det vill säga skapandet av en tolkning, görs sammanfogningar av olika utsagor som ger innebörder. En annan skribent skulle göra andra sammanfogningar än jag därför att vi ser och betonar olika saker och betydelse även när vi väljer att analysera samma företeelse. Därför är det viktigt att klargöra vilka perspektiv eller glasögon som används för att tolka.

Etnografer fältarbetar gärna. Det är ett speciellt sätt att arbeta och kan ses som en sorts socialt projekt där forskaren är beroende av vad som händer i samspelet med andra människor (Fägerborg 1999). Det har betydelse att själv vara på platsen där det som studeras sker. Den som fältarbetar är inte ensam om att skapa sitt material eftersom det hela tiden handlar om samspel mellan och möten med människor. Alla som fältarbetat vet också att det påfallande ofta är tillfälligheter som avgör hur utfallet blir (jfr Sjöholm 2003). Människor ställer in intervjuer och träffar, andra dyker upp, det kommer tips och allt som läses styr. I grunden finns en sökande hållning som gör att materialet ibland får styra och överraska. I fältarbetet är deltagande observation en väsentlig metod liksom djupintervjuer och dokumentstudier.

En etnografisk observation är en metod som inte bara handlar om att se utan om att kunna tolka och beskriva det man ser. Det är således en aktiv handling och etnografen, det vill säga beskrivningen, formas av den teori eller de begrepp man använder för att förstå vad man iakttagit. Här är den etnografiska observationen en av flera metoder vars material står i dialog med andra dokument.

Det har skrivits en del intressant om guidade turer men jag har här valt att

inte förhålla mig till den forskningen. Guidade turer är viktiga boken igenom men det är inte själva guidningarna som står i fokus.

