

# MOMENT 11:

## Reklam, propaganda och samhällsinformation

# 28 maj 2026

C314, Humanisten

11:00 – 18:30

### 11.00-11.10

#### Introduktion till Moment 11

Erik Florin Persson, Linnéuniversitet, ansvarig forskare i samverkansprojektet "Linsmediala konvergenser: Inventering, digitalisering, analys och tillgängliggörande av Hasselbladstiftelsens filmsamling"

### 11.10–11.25

#### Informations-, reklam- och propagandabilder som ledde till forskningsprojektet **MOMENT: Linsmedial evidens och estetik i Sverige 1939–1969**

Mats Jönsson, GPS400: Centrum för samverkande visuell forskning, Göteborgs universitet

Niclas Östlind, HDK/Valand, Göteborgs universitet

### 11.30-12.30

#### Panel 1: Livsmedel, läkemedel, preventivmedel

Att se marknaden: Bilder som lins i studien av preventivmedelsmarknaden

Anna Inez Bergman (Uppsala universitet)

#### Att visualisera läkemedelsindustrin i efterkrigstidens Sverige

Annika Wickman (fil. dr i filmvetenskap, fristående forskare)

#### The White Drink Mixtapes (Presentationen hålls på engelska)

Gabriel Arce Riocabo, (fil. dr, fristående forskare)

**Moderator:** Mats Jönsson

# MOMENT 11:

## Reklam, propaganda och samhällsinformation

# 28 maj 2026

C314, Humanisten

11:00 – 18:30

12.30–13.30

Lunch

13.30 - 14.50

**Visualiserad opinion: Diagram, illustrationer och fotografier i svenska opinions- och marknadsundersökningar på 1940-talet**

Eskil Vesterlund (Lunds universitet)

**Om konsten att undervisa en husmoder: Ria Wägner och TV:n som medium för folkbildning, 1956–1966**

Jim Hagström (Södertörns högskola)

**Staten affischerar: Ett digitaliseringsprojekt**

Emil Stjernholm (Lunds universitet)

**Vi kallar dom u-länder (1970) – Postkoloniala och kulturpolitiska perspektiv på svensk biståndsinformation**

Lars Diurlin (Högskolan i Borås)

**Moderator:** Niclas Östlind

14.55 –15.10

**Arkivariskt mellanspel**

Karl-Magnus Johansson, (Riksarkivet, Göteborg)

# MOMENT 11:

## Reklam, propaganda och samhällsinformation

# 28 maj 2026

C314, Humanisten

11:00 – 18:30

15.10–15.50

Paus

15.50–16.50

**Panel 3: Reklam, fotografi och film: Göteborgska exempel**

**Studio Wezäta: Färgfotografiets genombrott i svensk reklam**

Ida Dicksson, (Teknikhistoriker och industrianthikvarie)

**Subjektive Fotografie och dess påverkan på kameraföretaget Hasselblads reklam**

Andréas Hagström  
(Hasselbladstiftelsen)

**A world of Pictures: Reklam- och informationsfilm om Hasselbladkameran, 1962–1985**

Erik Florin Persson (Linnéuniversitet)

**Moderator:** Niclas Östlind

16.50–17.10

Avslutande diskussion

18.00

**Visning av utställning om Hasselblads grafiska formgivning under 1950- och 1960-talen**

Hasselbladstiftelsen (Andréas Hagström)

---

***Ett högt uppdrivet reklamväsen, spelande på den moderna propagandans alla instrument, har vant nutidsmänniskan vid att bli bjuden på åskådlig och fantasieggande information i rikt varierande uppläggnig. [...] Detta betyder, att den stora allmänheten kommer att ha föga intresse till övers för sådana yttringar av social information, som presenteras i mindre tilltalande eller lättillgängliga former än den kommersiella reklamens alster.***

Konstaterande återfinns i inledningen av den statliga utredningen "Social upplysning" från 1949 med Alva Myrdal som ordförande. Här syns flera av de termer som ringar in efterkrigstidens privata och offentliga kommunikation: reklam, propaganda, information och upplysning. Här understryks också hur offentliga aktörer såg sig tvungna att konkurrera med den privata och kommersiella sektorns reklamarbete och "fantasieggande information". Under 1930-talet hade det vuxit fram ett allt större intresse för reklam och propaganda hos såväl offentliga som privata aktörer i Sverige och – inte minst – för att använda film och fotografi i detta arbete. När den fjärde nordiska reklamkongressen arrangerades i Stockholm 1937 under mottot "Reklamen tjänar samhället" marknadsfördes den bland annat med hjälp av ett fotografi tryckt på Kodakpapper som kallades "världens största förstoring" på fasaden till varhuset PUB i Stockholm. I motsats till en vanlig tankefigur om att den offensiva propagandan och kommunikationen under andra världskriget var något många ville distansera sig från efter 1945, har senare forskare visat att krigsåren snarare fungerade som en katalysator för efterkrigstidens privata och offentliga kommunikation. Hjulen snurrade allt fortare, lönerna steg, konsumtionen och levnadsstandarden ökade och välfärds- och konsumtionssamhället expanderade i växelverkan med varandra. I detta blev kommunikationen central för att lansera och torgföra såväl nya konsumtionsvaror som välfärdsstatens samhälleliga ideal – inte sällan med flytande gränser mellan privat och offentligt och mellan termer som reklam, propaganda, upplysning och samhällsinformation.

I endagssymposiet Moment 11: Reklam, propaganda och samhällsinformation undersöks genom presentationer av forskare och praktiker från olika fält dessa kommunikationspraktiker under den svenska efterkrigstiden med särskilt fokus på fotografi och film. Hur påverkade färgfotografiets genombrott under 1950-talet den tryckta reklamen? Hur användes den nystartade svenska televisionen som ett medium för medborgerlig fostran? Hur påverkades privata och offentliga aktörers kommunikationsarbete av smalfilmens allt bredare spridning? Och hur skapades och adresserades den nya tidens medborgare och konsumenter med hjälp av fotografiskt material i tidningsannonser, på affischer i det offentliga rummet och i tidens reklam- och informationsfilm?

Momentet genomförs inom ramen för det tvååriga forsknings- och samverkansprojektet "Linsmediala konvergenser: Inventering, digitalisering, analys och tillgängliggörande av Hasselbladstiftelsens filmsamling" (2025–2026), som är ett samarbete mellan Hasselbladstiftelsen, Riksarkivet, GPS 400: Centrum för samverkande visuell forskning, Göteborgs universitet, och filmhistorikern Erik Florin Persson, Linnéuniversitet.

---

# Om presentationerna och presentatörerna

---

## Informations-, reklam- och propagandabilder från mellankrigstiden som ledde till forskningsprojektet **MOMENT: Linsmedial evidens och estetik i Sverige 1939–1969**

Moment är ett flerdisciplinärt forskningsprojekt om linsmediala kulturer i Sverige 1939–1969. Projektet tar utgångspunkt i två för filmen och fotografin centrala aspekter: evidens och estetik. Det handlar om föreställningen om linsmediernas unika förmåga att skildra verkligheten, som har präglat såväl bruket av filmen och fotografin som deras estetiska ideal och uttryck. Tidsperioden – från andra världskrigets utbrott till året efter studentrevolten – sammanfaller med den svenska välfärdsstatens etablering, vilket i hög grad formar projektets inriktning och exempel. Forskningsprojektet leds i samverkan mellan Niclas Östlind, HDK-Valand, Louise Wolthers, Hasselbladstiftelsen samt Mats Jönsson, GPS400: Centrum för samverkande visuell forskning.

## Panel 1: Livsmedel, läkemedel, preventivmedel

### *Att se marknaden: Bilder som lins i studien av preventivmedelsmarknaden*

I den här presentationen kommer jag att diskutera hur jag har använt mig av källor såsom dokumentära fotografier, filmmanus och reklambilder för att studera preventivmedelsmarknaden historiskt. Vilken typ av kunskap kan bildkällor ge oss, samt vilka möjligheter och begränsningar följer av att arbeta med visuella medier? Anna Inez Bergman är fil.dr. i ekonomisk historia. Hennes forskning rör skärningspunkten mellan näringslivshistoria, konsumtion och genus med särskilt fokus på företagsstrategier och kommersiella praktiker under 1900-talet.

### *Att visualisera läkemedelsindustrin i efterkrigstidens Sverige*

Den svenska läkemedelsindustrin blev central för välfärdsstaten och exportekonomin. Samtidigt förefaller den vara relativt sparsamt representerad i bevarad rörlig bild från 1950-talet. En journalfilm om Kabis penicillinfabrik i Strängnäs 1952 och en fristående fotoserie av Studio Gullers från samma fabrik utgör två sällsynta visuella exempel. Genom detta material analyseras hur industriell modernitet och laboratoriearbete visualiserades i en tid då läkemedel främst var en professionell angelägenhet. Annika Wickman är fil.dr i filmvetenskap. Hon disputerade på en avhandling om militär undervisningsfilm och institutionell filmanvändning i Sverige 1920–1939 och har arbetat med läkemedelshistoria vid Apotekarsocietetens museum i Stockholm.

---

# Om presentationerna och presentatörerna

---

## ***The White Drink Mixtapes***

Using a broad archive of commercial, pedagogical and journalistic materials, from Mjolkpropagandan and Vår Näring, to news-clips on Tetra-Pak or Super-8 home-movies in the mountain pastures, the White Drink Mixtapes explores Sweden's visual imaginary as a land defined by dairy in the 20th century. It casts milk, the drink that "gives strong legs" as protagonist of the Sweden's notions of folkhemmet and folksjälen. The materials presented here are part of a wider project on my own encounter with Sweden through the powerful filter of this national mythos. By narrating my own family history: "We once had a dairy farm in Havana..."—a farm expropriated in 1960—the film reflects on mythmaking and identity, futures past and nostalgic presents.

Gabriel Arce Riocabo (Ph.D) is an independent researcher who has focused on bringing to light forgotten gems of Cuban and Scandinavian cinema. Most notable in a Scandinavian context is his work on the unrecognized importance of Danish documentarian Theodor Christensen to the world-image of Cuba in the 1960s.

Alongside his super-8 films and archival re-mixes he is currently focused on bringing attention to forgotten Cuban-Swedish filmmaker Humberto López y Guerra.

## **Panel 2: Opinion, affischer och television**

### ***Visualiserad opinion: Diagram, illustrationer och fotografier i svenska opinions- och marknadsundersökningar på 1940-talet***

På 1940-talet omformade nya enkätmetoder och databehandlingsteknologier de medieteknologiska förutsättningarna för hur samhället och dess invånare kunde kvantifieras och kännas till. Denna form av vetande förmedlades ofta genom uppseendeväckande visualiseringar. Genom diagram, illustrationer och fotografier kom de nya opinions- och marknadsundersökningarna att omforma villkoren för hur samhället kunde synliggöras.

Eskil Vesterlund är mediehistoriker verksam vid Lunds universitet. I sin avhandling *Att avlyssna folkviljan* (2025) undersökte han Gallupundersökningen som ett nytt medium på 1940- och 1950-talet.

## ***Om konsten att undervisa en husmoder: Ria Wägner och TV:n som medium för folkbildning, 1956–1966***

År 1956 lanserades TV programmet "Hemma" med programledaren Ria Wägner. Wägner blev Sveriges första TV-kändis, men betydelsen av hennes tid i TV-rutan delar åsikter. Samtida kritiker beskrev programmet som enbart ett matlagningsprogram, samtidigt som publiken fick ta del av bl.a. kulturinslag och föreläsningar i hushållsekonomi. Nu beskrivs Wägner som bortglömd och missförstådd.

Jag frågar mig hur Wägner använde TV:n som medium för att nå ut till husmödrarna i en tid då husmodersidealet omförhandlades. På vilket sätt möjliggjorde TV:n en ny form av folkbildning och formandet av nya ideal? Hur ska Wagners folkbildande ansats förstås: som informationsspridning, propaganda för ett visst levnadsideal, eller indirekt reklam för elkonsumention, livsmedel och vitvaror?

Jim Hagström är doktorand i idéhistoria och skriver sin avhandling om politiska idéer om vardagliga praktiker och konsumtion på den svenska elmarknaden, 1920–1990.

---

# Om presentationerna och presentatörerna

---

## **Staten affischerar: Ett digitaliseringsprojekt**

I presentationen ges en introduktion till Emil Stjernholms (Lunds universitet) och Fredrik Mohammadi Noréns (Malmö universitet) reklam- och digitalhistoriska projekt Staten affischerar. Projektet bygger på ett samarbete med Lunds universitetsbibliotek (UB) där dessa sedan 2023 har inventerat, digitaliserat och påbörjat arbetet med att skapa en databas över svenska myndighetsaffischer 1930–1990. Digitaliseringsprojektet finansieras av Ridderstads stiftelse, Ohlssonska stiftelsen och Craafordska stiftelsen. Fokus kommer ligga på potential och utmaningar i att arbeta med detta slags visuella arkivmaterial.

Därutöver ämnar vi presentera våra planer på en större forskningsansökan (VR/RJ) med fokus på denna inflytelserika men samtidigt understuderade form av visuell kultur.

Emil Stjernholm är docent i medie- och kommunikationsvetenskap vid Lunds universitet. Hans forskning inriktas på propaganda, visuell kommunikation och digitala metoder inom mediehistoria. Tillsammans med Fredrik Mohammadi Norén har han redigerat ett flertal antologier, däribland *Efterkrigstidens samhällskontakter* (2019), *Nordic Media Histories of Propaganda and Persuasion* (2022) och *Media Tactics in the Long Twentieth Century* (2024).

## **Vi kallar dom u-länder (1970): Postkoloniala och kulturpolitiska perspektiv på svensk biståndsinformation**

Presentationen behandlar tv-serien *Vi kallar dom u-länder* (1970) som producerades i tio avsnitt för TRU (Kommittén för radio och tv i utbildningen, 1967–1978). Serien (som även sändes i en radioversion samt utgjorde en kurs genom Brevskolan) möjliggjordes med finansiellt och rådgivande stöd från SIDA som ett led i myndighetens omfattande inhemska informationsverksamhet med avsikt att påverka svenskarnas biståndsupinion i positiv riktning. Serien uppmärksammades för sin anti-koloniala och anti-kapitalistiska hållning, så pass att Svenska Industriförbundet radioanmälde serien och genomförde en kuppstartad visning där filmskaparna fick stå till svars för innehållet inför förbundets direktörer. Serien har länge ansetts försvunnen, men upphittades nyligen av Diurlin i ett Shurgard-förråd i Solna tillhörande dödsboet till en av filmskaparna.

Lars Diurlin är forskare vid Institutionen för biblioteks- och informationsvetenskap, vid Högskolan i Borås och verksam inom högskolans Centrum för kulturpolitisk forskning. Här har Diurlin förlagt sitt treåriga VR-projekt "Kulturarbetare som opinionsbildare i statens tjänst – Vidareinformationsstrategin som kulturpolitiskt verktyg för informationspolitiska mål, i Sverige, 1960–1990".

## **Panel 3: Reklam, fotografi och film: Göteborgska exempel**

### **Studio Wezäta: Färgfotografiets genombrott i svensk reklam**

Presentationen tar sin utgångspunkt i Ida Dickssons bok *Studio Wezäta : färgfotografiets genombrott i svensk reklam* (2016) som började en dokumentation och genomgång av Wezäta studios fotoarkiv som finns deponerat hos Göteborgs stadsmuseum och som även blev en utställning på Göteborgs stadsmuseum 2016.

Ida Dicksson har under nitton år arbetat som frilansande teknikhistoriker och industriantikvarie med utgångspunkt i Mölndal. Utöver utredningar och inventeringar har det även blivit ett flertal böcker och artiklar på det breda ämnet teknik- och industrihistoria.

---

# Om presentationerna och presentatörerna

---

## ***Subjektive Fotografie och dess påverkan på kameraföretaget Hasselblads reklam***

På 1950-talet hölls tre internationella grupputställningar i Tyskland under namnet *Subjektive Fotografie*, initierade av gruppen Fotoform och dess grundare Otto Steinert. Syftet var att definiera efterkrigstidens nya konstnärliga fotografi och lyfta fram dess unika bildmässiga kvaliteter. Trots att Fotoform var kortlivad levde dess idéer vidare, bland annat i Sverige genom flera svenska medlemmar.

En av dem var Tor Alm, som 1954 blev reklamansvarig på Victor Hasselblad AB och senare lärare på Slöjdföreningens skola. I mina efterforskningar tittar jag på hur *Subjektive Fotografies* estetik påverkade Tor Alm och Hasselblads grafiska formspråk och hur detta i sin tur satte sin prägel på det svenska reklamlandskapet.

Andréas Hagström är arkiv- och biblioteksansvarig vid Hasselbladstiftelsen. Han har studerat vid Högskolan för Fotografi och Film, Konsthögskolan Valand och läst konstvetenskap vid Göteborgs universitet. Utöver sitt arbete vid Hasselbladstiftelsen är han bland annat skribent och curator, och 2021 utgavs boken *Göteborgs Konsthall: en hundraårig konsthistoria* som han var redaktör och huvudförfattare till.

## ***A World of Pictures: Reklam- och informationsfilm om Hasselbladkameran, 1962–1985***

Presentationen tar sin utgångspunkt i inventeringen av en samling analogt filmmaterial vid Hasselbladstiftelsen som genomförts inom ramen för forsknings- och samverkansprojektet "Linsmediala konvergenser", finansierat Hasselbladstiftelsen.

En stor del av samlingen utgörs av filmrullar kopplade till sex till stor del tidigare okända reklam- och informationsfilmer om Hasselbladkameran som producerades på beställning av Victor Hasselblad AB under åren 1962–1985 som har digitaliserats inom ramen för projektet. Med utgångspunkt i dessa filmer diskuteras hur företaget använde rörliga bilder för att marknadsföra Hasselbladkamera och hur filmerna kan förstås i relation till företagets övriga reklamsverksamhet och till den svenska beställningsfilmkulturens förändringar under 1960- och 1970-talen.

Erik Florin Persson, disputerade i filmvetenskap vid Göteborgs universitet med avhandlingen *Film i stadens tjänst: Göteborg 1938–2015* (Mediehistoriskt arkiv, 2021) och är vikarierande universitetslektor i filmvetenskap vid Linnéuniversitet.

Hans forskning rör bland annat lokal filmhistoria, beställningsfilm och institutionellt mediebruk och har ofta skett i samverkan med kulturarvssektorn. 2025–2026 är han ansvarig forskare i samverkansprojektet "Linsmediala konvergenser: Inventering, digitalisering, analys och tillgängliggörande av Hasselbladstiftelsens filmsamling", finansierat av Hasselbladstiftelsen.