

Vid 1900-talets början fick motorflyget sitt genombrott. Folk samlades i stora skaror för att titta på halsbrytande flyguppvisningar och tidningarna skrev spaltmeter om farofyllda färder och hjältemodiga piloter. I denna artikel studerar Johan Jarlbrink och Andreas Nyblom det tidiga motorflyget ur ett mediehistoriskt perspektiv. Aviatiken och medierna hade en tät relation där båda parter hade mycket att vinna. Här föddes den moderna kändisjournalistiken.

Aviatik och journalistik

Flygbaronen och medierna kring 1910

Johan Jarlbrink & Andreas Nyblom

”Till ballongernas och luftskeppens tidevarf hafva vi antagligen ännu ett långt stycke kvar”, förutspådde *Ny Illustrerad Tidning* 1880.¹ Under de närmaste tjugo åren skedde emellertid en mängd framsteg inom luftfarten, och redan under 1900-talets första decennium framträdde det motoriserade flygplanet som ett nytt och modernare alternativ. Till en början uppfattades dock motorflyget ofta som en befängd företeelse, utan praktisk tillämpning och egentliga framtidsutsikter. Flygmaskinerna var bräckliga, motorerna svaga och haverierna många. Inom Svenska Aeronautiska Sällskapet (SAS), som hade bildats år 1900, förhöll man sig länge avvisande till motordrivna flygplan och ägnade sig även fortsättningsvis åt ballonguppstigningar i S. A. Andréés anda. När den svenske flygpionjären Carl Cederström föreläste om aviatikens framtid, och hävdade att flygmaskiner snart skulle komma att användas för krigsbruk, persontransporter och posttrafik, blev han inte sällan hänad.² Flygmaskinerna befann sig ännu på ett experimentstadium och ”den stora massan betraktade uteslutande aeroplanet som en apparat för cirkustricks och självmord”.³

Ett fåtal år senare hade inte bara flygets tekniska förutsättningar förändrats radikalt, även opinionen var en annan och flygets centralgestalt utbytt. Vid första världskrigets utbrott 1914 fanns i Sverige ett tjugotal utbildade piloter samt flera flygskolor och industrier för tillverkning av flygplan. Ett antal lyckade flygningar för postbefordran hade genomförts, och både marinen och armén hade utrustats med flygförband. Under krigsåren förvärvades mer än femtio flygplan till försvarsorganisationen. Trots starkt initialt

motstånd kunde alltså flyget på förhållandevis kort tid etablera sig både som transportmedel och militärt redskap. I samband med krigsutbrottet handlade detta förstas om beredskap och upprustning, men mer generellt berodde den snabbt förändrade opinionen kring motorflyget på att en mängd olika aktörer hade valt att propagera för och synliggöra flyget som en positiv kraft.

Redan från början upprättades ett intimt och intensivt samarbete mellan flygare, politiker, journalister och näringsidkare. I alla sammanhang spelade också medialiseringen av Sveriges förste flygare Carl Cederström (1867–1918) en central roll för flygets publika marknadsföring och popularisering. Medan Andréé och luftballongen tidigare hade hört till attraktionerna på vaxkabinetten Svenska Panoptikon i Stockholm, hörde Cederström och motorflygplanet till Panoptikons viktigare gestaltningar under 1900-talets första decennier. Redan 1910 fanns en scen med Cederström i originalflygardräkt från flygförsöken på Gärdet, och knappt tio år senare kunde den folkkäre ”Flygbaronen” beskådas iförd den dräkt han bar då hans plan störtade i Ålands hav 1918.⁴



Hur svensken bör möta framtiden. (Efter Heidenstams och Hedins recept).

I Egil Schwabs teckning vänder en fet borgare ryggen mot solen och flygplanet (framtidens) medan han intensivt betraktar kungliga relikerna från stormaktstiden. Verner von Heidenstams forntidsromantik och Sven Hedins militaristiska patriotism föreföll stå i opposition mot flygplanets framtidsbebådande möjligheter (*Naggen* nr 1, 1914).

Den här artikeln vill visa hur reklam, kändiskultur och nya journalistiska metoder spelade en avgörande roll i opinionsbildningen kring det motoriserade flyget. Genom att följa Carl Cederströms mediala genomslag, från de första flygförsöken våren 1910 till hans död åtta år senare, avser artikeln att åskådliggöra hur samarbeten mellan medier och andra aktörer medverkade till motorflygets etablering och erkännande.⁵ Det är varken de personhistoriska omständigheterna eller det flyg- och teknikhistoriska skeendet som är artikelns huvudfokus, utan de mediehistoriska infallsvinklarna på desamma. Motorflyget är förvisso bara en av många företeelser som kan belysa det tidiga 1900-talets mediala aktörer och spelregler.⁶ Det som ändå gör motorflyget särskilt lämpat för en fallstudie av dessa förhållanden, är att dess introduktion skedde jämsides med en rad mediala företeelser, samt att flyget och medierna på ett intressant sätt fyllde varandra med mening. Kring 1910 var tidningspressen redan en masspress, men en nyhet var intervjuerna med tidens celebriteter. Nytt var också att tidningarna börjat marknadsföra sig själva genom att arrangera tävlingar och insamlingar, så kallad aktiv journalistik. Pressens arrangemang hade i detta avseende flera likheter med den sensationella reklamens metoder, också den under stark utveckling.⁷ Till den mediekultur som flyget blev en del av hörde även aktualitetsfilmen, en begynnande sportjournalistik samt så tillsynes skilda företeelser som vykort och industriutställningar.⁸ Medier definierar vi alltså brett som "kommunikationsteknologier med vars hjälp människor producerar och sprider budskap".⁹ Här innefattas såväl tidningar och film som flyguppvisningar där flygare, tidningar och andra aktörer visade upp sig. Det som intresserar oss är hur piloter och andra flygentusiaster utnyttjade medierna, och hur medierna samtidigt använde flyget och dess aktörer för att marknadsföra sig själva. Detta samspel innebar möjligheter för den som ville synas, men medförde också krav, såsom att centrala aktörer förväntades ställa upp på intervjuer. Det är denna interaktion mellan olika medier och aktörer som ska belysas i det följande. Artikeln är således inte en receptionsstudie av hur flyget framställdes i medierna, även om sådana aspekter berörs. Det är *medierna i flyget* vi intresserar oss för, det vill säga hur olika evenemang, praktiker och publika tilltal i samband med motorflygets introduktion anpassades till den rådande mediesituationen och dess förmodade logik.¹⁰

I fem avsnitt ger vi empiriska och analytiska exempel på hur ett mediehistoriskt perspektiv på en företeelse som flyget kan bidra inte bara till förståelsen av företeelsen i sig utan också den historiska mediesituation i vilken den uppträdde. Pressen, filmen, reklamen och en rad andra medier togs i bruk för att synliggöra flyget, samtidigt som flyget och dess pionjärgestalter utgjorde ett slags redskap med vars hjälp inte minst pressen kunde synliggöra och saluföra sig själv. Tidningarna publicerade inte bara dödsrunor över förolyckade

piloter, de var även medarrangörer av flyguppvisningar och genom intervjuer och hemma-hos-reportage bidrog de i högsta grad till att göra flygarna till mytomspunna hjältar och celebriteter. Det var även i och genom de samtida medierna som Carl Cederström förvandlades till "Flygbaronen" – en medial persona vars popularitet kom att få en väsentlig betydelse såväl för pressen som för flygets publika genomslag och den försvarspolitiska opinionen kring detsamma.

Flygaren som celebritet och hjälte

Att betrakta Carl Cederström som celebritet snarare än som pionjär eller hjälte i traditionell mening, har betydelse för hur hans insatser för flyget förstås. Hjälten är alltid ensam, pionjären alltid först, och personliga egenskaper framställs som avgörande för deras framgångar. Celebriteten däremot är alltid medierad och producerad i samspel med andra. Uppe i det blå var de tidiga flygarna utlämnade åt sig själva och sina maskiner, nere på marken var de beroende av medial uppmärksamhet, sponsorer, tekniker och politiska beslutsfattare. Kanske är det denna motsägelsefulla position som solitär och beroende av andra, som har gjort att celebritetsforskningen ofta har utgått från en flygare – inte Cederström, men Lindbergh.

Charles Lindbergh (1902–1974) och dennes ensamflygning över Atlanten 1927 är flyghistoriens internationellt sett mest uppmärksammade gestalt och händelse. Förutom själva flygningen har händelsen även beskrivits som emblematiske i fråga om den omfattande publicitet som genast omgärdade Lindbergh. Dagen efter flygningen förbrukade amerikanska tidningar 25 000 ton mer tidningspapper än vanligt, och försäljningen var två till fem gånger större än normalt. Det sätt på vilket Lindbergh, över en natt, förvandlades till en internationell celebritet har uppfattats som den moderna kändiskulturens verkliga inbrott.¹¹ Bragden överskuggades av flygarens ännu mer imponerande publicitet. Själva flygningen kunde inte beskrivas i hur många ord, eller på hur många sätt, som helst. De dryga trettio timmar som flygningen varade utgjorde en ändlig berättelse. Därför förflyttades fokus till Lindbergh själv. Detaljer, rykten och skvaller om hans bakgrund och privatliv spreds till miljontals människor. Lindbergh drogs in i en mycket närgången journalistik som i förlängningen medverkade till att hans son kidnappades och slutligen mördades.¹²

I åtskilliga studier har fallet Lindbergh använts för att antingen beskriva eller kritisera nyhetsmediernas sensationsinriktning och framväxten av en modern kändiskultur. Medan sociologen Orrin E. Klapp 1949 tog sin utgångspunkt i Lindbergh för att beskriva tidens hjältedyran som ett resultat av en mängd olika sociala och mediala processer, har andra i stället framhävt

hjälten Lindbergh som en self-made man och som ett offer för en hänsynslös medielogik som degraderade honom till en celebritet.¹³ Historikern Daniel Boorstin menade i *The Image* (1961) att Lindbergh var ”den största mänskliga pseudohändelsen i modern tid”. Ensamflygningen utgjorde, enligt Boorstin, en av 1900-talets verkligt stora bragder. Händelsen var heroisk i klassisk episk mening, men medialiseringen av Lindbergh var ett ”dramatiskt och tragiskt” exempel på hur en sann hjälte förvandlades till en celebritet. Det moderna mediasamhället, menade Boorstin, saknade utrymme för verkliga hjältar och spontana händelser. Om någon gjorde något hjältemodigt förvandlades han eller hon genast av ”informationsmaskineriet – press, predikstol, radio och television – till en celebritet”.¹⁴ För att överleva, menade Boorstin, måste även hjältnarna lägga sig till med celebriteternas egenskaper. De måste ställa upp på medielogiken och göra sig synliga och tillgängliga. Därför förvandlades Lindbergh, trots sin hjältebragd, till en tautologi och pseudohändelse. Han var känd för att han var känd, och den största nyheten om honom var att han var en så stor nyhet.¹⁵

Fallet Lindbergh var på många sätt mer extremt och mer omfattande än någonting tidigare, men dess epokgörande ställning tenderar ändå att skymma en betydligt längre historia i fråga om medierat kändisskap generellt och om flygarens offentliga roll mer specifikt. Historiskt och analytiskt finns det inte heller någon anledning att, som i Boorstins affekterade mediekritik, skilja mellan hjältar och celebriteter utifrån föreställningar om genuina respektive falska värden. I den samtida kontexten är epiteterna oftast utbytbara med varandra och rymmer inte någon gradering i fråga om prestation eller förtjänst. Däremot kan epitetet såsom ”hjärte” och ”geni” förstås som ord vilka osynliggör de sociala och mediala processer som skapar mening kring en offentlig person.¹⁶ Så har inte sällan Carl Cederströms popularitet och betydelse för att ”i Sverige väcka förståelse och intresse för flygkonsten”, framställts som ett resultat främst av dennes ”vinnande personliga egenskaper”.¹⁷

En hjälte förknippas, exempelvis av Boorstin, med speciella egenskaper och solitära bragder, medan ordet celebritet, också i dess populära användning, snarare riktar uppmärksamheten mot den publika receptionen och ryktets samproduktion. En utgångspunkt i senare forskning är att offentliga personer, oavsett om de kallas för hjältar eller celebriteter, skapas diskursivt, genom de sätt på vilka individer representeras.¹⁸ Först när medierna synliggör en prestation och fyller den med mening, kan den beskrivas som en bragd. Bröderna Wrights flygningar mellan åren 1903 och 1907 fick mycket lite uppmärksamhet i pressen. Flera gånger bjöds tidningsmän ut till flygfälten för att bevittna flygförsöken, men intresset var mycket svalt. Joseph J. Corn (1983) menar att en förklaring handlar om att pressens företrädare helt enkelt inte förstod vari det nya bestod. De såg Wrights flygmaskin som en variant

av luftskeppet, och luftskeppet var ingen nyhet. Först 1908, när man insåg att flygplanet var något annat och nytt, växte intresset, både i tidningsspalterna och utanför.¹⁹ Snarare än att emanera direkt ur prestationen eller personen i sig, är berömmelsen alltså en konsekvens av de sätt på vilka medierna tillskriver händelser mening och personer egenskaper. Karisma, charm och utstrålning – drag som ofta beskrivs som kännetecknande för idoler av olika slag – är effekter av, snarare än orsaker till, berömmelse.²⁰ Carl Cederströms betydelse för aviatikens lansering i Sverige handlade inte heller bara om hans person och handlingar, utan i synnerhet om de mediala framställningarna av desamma, och om de föreställningar om hjältemod och företagsamhet som ”i vida kretsar” kom att förknippas med Cederströms offentliga persona – ”Flygbaronen”.²¹

Motorflygets publika historia är redan från början sammankopplad med en lång rad omskrivna aviatörer. Både som journalistisk och historio-grafisk berättelse uppträder flygpionjären i nationellt anpassade varianter. Frankrike har Louis Blériot, Tyskland August Euler och Storbritannien Samuel Franklin Cody. I Skandinavien är de enskilda ländernas flyghistorier förbundna med namn som Robert Svendsen (Danmark), Christian Lie (Norge), Adolf Aarno (Finland) och Carl Cederström (Sverige). Listan kunde göras längre och mer specifik. Det finns alternativa kandidater och pionjärerna har inte sällan varit först i lite olika avseenden. Svendsen var till exempel den förste certifikatinnehavaren i Skandinavien, och även först att flyga i Finland. Lie var förste norrman att flyga i Norge med internationellt aviatördiplom, medan polarforskaren Roald Amundsen var den som erövrade det första norska flygcertifikatet. I själva verket var det svensken Carl Cederström som genomförde pionjärflygningarna i Norge och en fransman, Georges Legagneux, som utförde motsvarande bragd i Sverige.²² Att Legagneux intar en ytterst undanskymd plats i Sveriges flyghistoria medan Cederström är dess absoluta centralgestalt, är alltså bara ett exempel på hur motorflygets pionjärer skrivits in i nationellt identitetsskapande berättelser.

Pionjärernas framskjutna position i flygets internationella och nationella historiografier måste förstås i relation till de populära myter som uppstod kring piloterna på 1910-talet. Motorflyget behandlades på en gång som dagsaktuell nyhet och som en historisk milstolpe. Så länge flyget var en ny-modighet var det också tätt mellan olika slags premiärer och nya rekord sattes ideligen – i tid, höjd och längd. En flygfärd kunde bli ytterligare en notering om motorflygets fortlöpande framsteg, om den exempelvis tilldrog sig på en tidigare outnyttjad plats, om den genomfördes på natten i stället för dagtid, om det var en ny flygplanstyp eller om piloten var av annan nationalitet eller annat kön än tidigare.

Flygarna omfamnades genast av en journalistik som inte bara handlade om flygplan och flygkonst, utan som i hög grad fokuserade på flygarna personligen, på deras privatliv och familjeförhållanden. Tidningsarbete som tidigare framför allt varit en skrivbordssyssla ersattes nu allt oftare av en uppsökande journalistik med reportrar som rörde sig utanför redaktionerna i jakt på personer och händelser att skriva om. En viktig arbetsmetod blev intervjun. Till en början fanns ett visst motstånd mot att låta sig intervjuas eftersom metoden upplevdes som påträngande; att den intervjuade förlorade kontrollen över sina ord. Men den som lät sig intervjuas hade också mycket att vinna. Många skådespelare, författare och vetenskapsmän förstod snabbt att deras framgång till stor del var avhängig den popularitet som publiciteten innebar.²³ Den som ville ha och behålla journalisternas och publikens uppmärksamhet var i fortsättningen tvungen att erbjuda inblickar i sitt privatliv.²⁴

Vid återkomsten till Paris, efter att ha vunnit flygtävlingen över Engelska kanalen 1909, tog Louis Blériot genast emot journalisterna på sitt hotellrum: "Välkomna, välkomna, säger han. Han skakar hand med oss alla", rapporterade Gustaf Hellström i *Dagens Nyheter*. "Så haglade hundratals frågor på franska: – Hur kände ni er när ni kom ner?"²⁵ De föreställda läsarna ville inte bara veta hur lång tid Blériots flygtur hade tagit utan också hur flygaren själv hade upplevt den, och hur han och hans hustru såg ut. Personen bakom bragden blev därmed minst lika intressant som bragden i sig. Journalistiken handlade både om att beskriva prestationen i det offentliga och om att "avslöja" vad som utspelade sig i det privata.²⁶

I amerikansk press var så kallad *celebrity-* eller *human-interest journalism* ett närmast ofrånkomligt inslag redan på 1890-talet.²⁷ Men även i Sverige hade journalistiken blivit mer sensationsinriktad kring sekelskiftet. Claës Lundin noterade till exempel i *Nya Stockholm* (1890) att pressen alltmer präglades av snabba nyheter, biografiska artiklar och lätt innehåll, och att den därigenom målmedvetet strävade efter att bli en "verklig godtköpspress".²⁸ Reportage, intervjuer, starka rubriker och bilder blev viktiga instrument i den hårdnande konkurrensen. I sin iver att lansera genombrott och pionjärer utmärktes även tidningarnas teknik- och vetenskapsrapportering av vad som benämndes journalistikens "amerikanisering".²⁹

Det livliga intresse som präglade pressens rapportering om Blériot, och senare Cederström, kom även att gälla andra potentiella pionjärer inom flyget, inte minst frågan om vem som skulle bli Sveriges första kvinnliga aviatiker. När kvinnor omnämndes i samband med flyget gällde det förvisso oftast "aviatikernas damer", det vill säga de manliga piloternas fruar eller fästmör – det framställdes inte sällan som en självklarhet att luftseglare "ha tur hos damerna".³⁰ Men, åtminstone i ett internationellt perspektiv, fanns

det förstås också kvinnor som ägnade sig åt att flyga. Deras engagemang i sporten kunde emellertid uppfattas som väsensskilt från männens. Professionell sport, hävdade skribenten Peter Flygare i en artikel om "Kvinnorna och aviatiken", var något som inte riktigt låg för den kvinnliga företagsamheten. Männens huvudsakliga intresse för "aeroplanflykten" handlade om tävlingen, att besegra konkurrenter och att slå rekord. Kvinnorna däremot intresserade sig för flygfärden i sig, för "självva sväfvandet i det blå".³¹ Men det spekulerades också tidigt om vem som skulle bli Sveriges första kvinna i luften. Närmast till hands var förstås Carl Cederströms hustru Minna. Trots att hon inte antydde några sådana ambitioner avslutades en intervju med henne, i samband med flygveckan 1910, med orden: "En vacker dag få vi väl se friherrinnan Cederström styra ett aeroplan öfver Stockholms hustak och runda Klara kyrktorn – Sveriges första kvinnliga aviatör!"³² När skådespelerskan Märta Halldén 1911 meddelade att hon tänkte ta lektioner av Cederström, framställde tidningen *Figaro* henne som "vår första kvinnliga aviatiker".³³ Något år senare presenterades en fröken Tora Sjöborg som en annan möjlig kandidat. Hon tog lektioner vid Amelie Beeses flygskola i Berlin, och det antogs att hon skulle vara "flygfärdig" till flygdagarna i Stockholm i september 1912. Tidningen *Dalpilen* publicerade stolt vad man menade var det första porträttet "af vår unga, vackra aviatrix".³⁴ Ändå skulle det dröja till 1920 innan Sverige och Skandinavien fick sin första kvinnliga flygare, Elsa Andersson.

Flygets etablering går inte att förstå om inte mediernas roll uppmärksammas. Precis som Lindbergh bör Cederström begripas som en medial produkt. Intresset för flyget 1910 sträckte sig emellertid långt bortom de enskilda flygarna och de bräckliga farkoster de färdades i. Flyget var också en symbol för det moderna, och som sådan kunde den dyka upp i såväl futuristens manifest som i tidningsannonserna för tandkräm. Detta föranleder en vidare utblick över periodens mediala flygscen.

Den mediala flygscenen kring 1910

Åren kring 1910 genomfördes pionjärflygningar runt om i världen. Pristävlingar, olyckor och dramatiska händelser rönade ofta internationell uppmärksamhet. Samtidigt blev flygmaskiner och flygare populära symboler för det nya och moderna. Detta gällde inte minst modernismen inom konsten och litteraturen, som hyllade det tekniska framsteget och maskinernas kraft. Ett tydligt exempel på att flyget snabbt förknippades med sådana symbolvärden är att Marinettis andra futuristiska manifest, *The technical manifesto of literature* (1912), utformades av en flygplanspassagerare som befann sig i lufterummet över Milano, medan det första hade förbundits med bilismen.³⁵ I Sverige använde August Strindberg 1910 den tekniska utveckling som låg mellan

monoplanet och dess föregångare, för att framställa den konstitutionella monarkin som något ålderdomligt. Med ledning av en utförlig presentation av flygkonstens utveckling i det innevarande årets upplaga av *Almanack för alla* lät han Louis Blériots monoplan representera en enklare, mer rättvis och funktionell författning medan de klumpiga och mindre flygdugliga biplanen fick symbolisera det rådande omoderna statsskicket, med ”överflödiga däck, invecklad mekanism och för många avträden”.³⁶

Om flygets genomslagskraft som symbol vittnar också den samtida reklamen. Som blickfång uppträdde flygplan och flygare också i sammanhang som inte omedelbart hade med flyget att göra. Bilder av stiliserade flygplan och piloter i skinnmössor blev exempelvis snabbt populära i annonser och karikatyrer, på vykort och bokomslag. I svenska tidningar användes flygplan i annonser för bland annat tandkrämen Stomatol, restaurangen Sturehof, förlaget Siléns romanbibliotek, Nordiska kompaniet och Karl Axel Pettersons konfektionsaffär.³⁷ Till de flygrelaterade produkterna hörde cyklar med namn som Flyer, Flying, Flyg och Flygaren.³⁸



**Titta hit
i stället.**

Vi bedja få rekommendera:

N. K:s **Vinterpaletå** af prima mörkgrå eskimå
å kr. 39.

N. K:s **Vinterkostymer** af 1:a kul, kamgarnscheviot i moderna färger
å kr. 35.

A.-B.
Nordiska Kompaniet,
Stureplan. — Regeringsgatan.
Drottninggat. — Scheelegatan

Flera företag knöt an till det stora flygintresset i sina annonser, även om det sällan fanns några direkta kopplingar mellan de marknadsförda produkterna och flyget. Nordiska Kompaniets annons avbildar också den nya publikposition som flyguppvisningarna förde med sig (*DN* 23/9 1910).

Flygaren blev även en populär roll på teatern och i filmen. Skådespelaren Oscar Textorius spelade till exempel Louis Blériot i Operett-teaterns nyårsrevy 1910 och på Marionett-teatern gestaltade Carl Cederström sig själv i Hasse Z:as enaktare "Den maskerade flygaren".³⁹ Ett antal spelfilmer som på olika sätt behandlade flyget lanserades också i början av 1910-talet. Bland titlarna märks *The Aerial Submarine* (1910), *Ett drama i luften* (1911), *A Dash Through the Clouds* (1911) och *Luftens konung* (1913). Härutöver visades en rad aktualitetsfilmer, däribland *Flygveckans lyckade tävlingar* (1910), med Carl Cederström som huvudnummer.

I såväl facklitteratur som skönlitteratur presenterades flyget som ett emblem för det moderna. I den förra kategorin kom titlar som Erik Pallins *Flygande människor: Populär översikt av luftseglingskonstens utveckling under dess genombrottsår* (1909), Max Grenanders *Luftskepp och flygmaskiner* (1910), O.E. Lundholms *Om flygning med aeroplan* (1910) samt Olle Dahlbecks *Att flyga: Om flygmaskiner och flygkonst* (1912). I sådana presentationer av flygkonstens historia framstod det motoriserade flyget som slutet på en lång evolutionskedja av mänskliga strävanden, från Archytas mekaniska träduva (ca 400 f Kr) och mytologins Daidalos och Ikaros.⁴⁰ Därmed framträdde också de samtida piloterna i ljuset av en lång rad enskilda aktörer – mytologiska gestalter, uppfinnare, konstruktörer och flygpionjärer.

Flygaren blev också en allt vanligare aktör i fiktionen. Det verkliga genombrottet för renodlade flygböcker riktade till barn och ungdom kom först under 1930-talet.⁴¹ Det var också under detta decennium som *Biggles*, den kanske mest kände av alla flygare, gjorde entré.⁴² Men redan under 1910-talet uppmärksammades flyget som en samtida aktualitet i skönlitteraturen. I den satiriska framtidsvisionen *Den stora flygskolestriden: Hvad som hände i konungariket Illyrien 1930–33* (1911) gisslades statens oförmåga att hänga med i aviatikens utveckling. Ett annat tidigt och intressant exempel är Axel Lundegårds *Den stora dagen* (1911).

Lundegårds roman hade ett tydligt uppsåt att vara en satir över författarkollegan Verner von Heidenstams utveckling till högfärdig diktarfurste. Vad Lundegård mer allmänt riktade sig mot var den medialiserade författarrollen, att författaren övergivit sin position som siare och hjälte. Genom att göra sig tillgänglig för den personcentrerade omgivningen degraderar sig författaren till en celebritet. Intressant i detta sammanhang är att en flygare är romanens verkliga hjälte och motpol till den högfärdige diktaren och celebriteten. Romanens intrig utspinner sig kring diktaren Gunnar Stjärngrips storstilade sextioårsdag (med tydliga anspelningar på Heidenstams femtioårsfest 1909). Ett centralt inslag i festligheterna är en flygtävling. I syfte att uppnå "gratisvärldsreklam" hade "Stjärngripspriset" på 100 000 kronor utlysts till den som kunde färdas med flygmaskin från Englands östra kust och anlända till dik-

tarjubileet. De föregående årens uppmärksamhet kring flygtävlingarna över Engelska kanalen och Öresund hade knappast undgått Lundegård.

Precis som Carl Cederström, vilken efter Öresundsflygningen 1910 hade blivit känd som "Flygbaronen", är också romanens flyghjälte av adligt ursprung. Gustaf Eld som uppfyller villkoren för Stjärngripspriset, vinner genast världsrykte och jubilarer oroar sig över att han ska hamna i den nye hjältens skugga. Men till skillnad från Stjärngrip tillmäter flygaren inte berömmelsen någon större betydelse. Gustaf Eld har tvärtom tagit sig ett mer anspråkslöst namn som inte röjer hans adliga rötter, och under festmiddagen sitter han bland de enklare gästerna, iklädd sin arbetarblus som han bär med stolthet. Flygaren representerar således ett autentiskt och oförställt hjälteideal som står i motsats till den anspråksfulla ytlighet som företräds av diktaren.⁴³ I verkligheten skulle en liknande iscensättning ske av Charles Lindbergh 1927. Medan Lindbergh själv ville bära sin flygvapenuniform, rådde pressagenter honom att genomföra flygningen i civila kläder. Efteråt harmonierade detta också väl med bilden av Lindbergh som en representant för folket och som en symbol för social mobilitet.⁴⁴

Det symbolspråk och de föreställningar som omgav flyget bidrog även till att ge de enskilda flygarna medial mening. När Cederström trädde in på den mediala flygscenen 1910 gick han i viss mening in i en roll som redan utformats av andra. Som viktig föregångare framstår särskilt Blériot. Fransmannen hade flugit över Engelska kanalen, svensken skulle snart flyga över Öresund. Först åkte han emellertid till Frankrike för att utbilda sig i Blériots flygskola.

Den svenska aviatikens affischnamn

Det var under en resa i Tyskland som Carl Cederström bevittnade en av Louis Blériots flyguppvisningar. Blériot hade då nyligen korsat Engelska kanalen och vunnit *Daily Mails* flygpris på motsvarande 18 000 kronor, och hyllades som "dagens och Europas hjälte".⁴⁵ Cederström var en av de många som därefter sökte sig till Blériots flygskola i Pau i sydvästra Frankrike. I mars 1910 påbörjade han utbildningen och i tidningarna omnämndes han snart som Sveriges förste "aeroplanist".⁴⁶ Han höll också kontakten med svenska tidningar under våren. Till *Dagens Nyheter* skickade han bland annat ett foto av sig själv och sitt flygplan och lät hälsa att han gjorde framsteg och snart skulle "täfla med de stora flygmänniskorna utomlands".⁴⁷ I maj 1910 hade han klarat alla flygprov och erhöll därmed som förste svensk, och 74:e person i världen, ett flygcertifikat.⁴⁸

Publiciteten kring Carl Cederström startade innan han ens hunnit påbörja sin flygutbildning – han framträdde som historiskt och nationellt betydelsefull redan som potentiell pionjär. I oktober 1909 intervjuades Ceder-

ström om sina planer i *Dagens Nyheter*, och utnämndes till "vår 'förste aviater". Tidningens reporter jämförde honom med Nils Ericson, stambanans ingenjör, såsom en fortskaffningsmedlens pionjär värd ett eget monument: "Jag röstar lifligt för en staty åt frih. Cederström."⁴⁹ I juni 1910 utfärdades det första svenska aviatördiplomet till Cederström och i september skulle han flyga inför svensk publik under Stockholms Flygvecka. Förväntningarna var högt uppdrivna och tidningarna ägnade honom stor uppmärksamhet. Vad Cederström än företog sig tycks det ha omgärdats av föreställningar om en historisk innebörd. Detta underströks också av Hasse Z, i samband med att vännen Cederström hade övernattat i hans hus vid Gärdet, där flygveckan skulle äga rum. I framtiden, skrev Hasse Z i *Dagens Nyheter*, skulle säkert en plakett pryda husets port med texten: "I detta hus hvilade Sveriges första aviater natten innan han gjorde sin första profflykt i Sverige."⁵⁰ Detta uttalande hade givetvis en ironisk undermening, riktad just mot den historiska betydelse som tidningarna tillmätte även helt triviala omständigheter, om de bara kunde kopplas till Cederström.

Publiciteten kring flyget, och kring flygare som Blériot, bidrog till att Cederström intresserade sig för denna verksamhet. Som ung hade han drömt om att bli skådespelare, men föräldrarna såg hellre att han satsade på en säkrare bana. Efter avbrutna ingenjörstudier vid Chalmers skickades han att läsa till agronom i Alnarp. Efter examen i början av 1890-talet vistades han en tid i Amerika där han bland annat försörjde sig som varietéartist. Åter i Sverige slog han sig ner som lantbrukare på familjeegendomen Brunn på Ingarö. En viss framgång nådde han vid denna tid även som kuplett-kompositör under pseudonymen "Calle på Brunn". Kring sekelskiftet tröttnade han emellertid på lantbruket, och med kapital från vännen Ernest Thiel startade han företaget Bil-Bol (Bilaktiebolaget) som sålde, servade och hyrde ut exklusiva bilar i Stockholm. Men 1909 fick han alltså upp ögonen för ett nytt färdmedel.⁵¹ Självklart lockade det hisnande äventyret, men till en del kan beslutet att introducera flygkonsten i Sverige också ha handlat om en önskan att hamna i blickfånget, att personligen uppträda på den offentliga arena där aviatikens samtidsdrama dagligen ägde rum. "Hans starkt utvecklade sinne för effekten tilltalades kanske också i viss grad av den roll, som spelades av denne moderne gladiator, luftens behärskare", skrev Olof Dahlbeck om Cederström efter dennes död.⁵² Kring 1910 var piloterna, vilka ofta var kända under fantasifulla artistnamn, de självklara medelpunkter från vilka berättelserna om flyget utgick, och erfarenhet inom skådespelaryrket var faktiskt en inte helt ovanlig bakgrund bland de tidiga pionjärerna. Carl Cederström blev snabbt omtalad som "Flygbaronen", men egentligen var han inte baron, utan friherre. Möjligen uppkom smeknamnet delvis som en anspelning på den franska aviatören,

och tidigare aktrisen, Élise Deroche vilken under hösten 1909 hade rönt stor uppmärksamhet såsom första kvinnliga pilot under namnet "Baronessan" Raymonde De La Roche.

Cederströms premiärflygning inför svensk publik, och tillika hans mediala genombrott, skedde då han sommaren 1910 deltog i "kampen om Öresund". Kraftmätningen gällde vem som först kunde flyga över Öresund och mot Cederström stod fyra danskar. Det var således inte bara en tävlan mellan enskilda flygare utan också mellan nationer, och Cederström uppmanades att "visa hvad en svensk är värd".⁵³ Flera intressenter var inblandade som arrangörer och prisutdelare. Danska marinen hade utlyst ett pris till den förste landsman som lyckades flyga över sundet och i Sverige kontrade Aeronautiska Sällskapet med ett pris till den förste svensk som gjorde detsamma.⁵⁴ Tidningarna på båda sidor sundet bidrog till att öka intresset genom dagliga intervjuer, rapporter om flygarnas planer och det förväntade väderläget. Tusentals personer sökte sig till startfältet på Amager och målområdet på Limhamnsvälfältet. Efter flera försök blev det slutligen dansken Robert Svendsen som vann tävlingen den 17 juli 1910. En dryg månad senare lyckades även Cederström med denna "gentlemannabragd" – inte som förste man, men som snabbaste: "ett glänsande skandinaviskt rekord beträffande såväl tid som längd."⁵⁵

Bedömningen av flygbragdens storhet stod i direkt relation till dess farlighet. En av de vanligaste flygnyheterna kring 1910 var rapporter om förolyckade flygare. I april 1910 meddelades att fransmannen Leblanc avlidit efter att han flugit in i en klippa, i juni omkom tysken Thaddäus Robl i en flygolycka och i juli störtade amerikanen Wachter.⁵⁶ Till flyguppvisningarnas spänning och dramatik hörde att flygarna när som helst riskerade att störta mot döden. Den som trots detta vågade sig upp i ett skört flygplan hyllades som hjältemodig och manlig. Efter att Cederström välbehållen landat i Limhamn och uppvaktats av det samlade pressuppbådet framhöll han att "luftsporten är den ädlaste och mest kräfvande av alla idrotter; den sätter alla både kroppens och själens krafter på prof".⁵⁷

I pressrapporteringen sommaren 1910 skedde en gradvis popularisering av Cederström, som inte minst framträder genom de sätt på vilka han benämndes. I juni och juli var han ännu "Frih. Cederström" eller "baronen". Flygförsöken på Amager och rekordflykten över sundet förstärkte bilden av honom som en nationell hjälte, samtidigt som benämningarna blev mer folkliga, exempelvis "Calle Cederstöm" i *Skånska Aftonbladet* och "Calle C." i *Söndags-Nisse* under augusti. När han flög över Stockholm i september samma år var det som "Flygbaronen".⁵⁸ Militärflygaren Olof Dahlbeck reflekterade kring benämningen några år senare och konstaterade då att Cederström "passerat det stadium av berömdhet, där man benämnes med sitt efternamn utan vidare formaliteter. Han var nu bliven 'flygbaronen' rätt och slätt".⁵⁹

Några månader efter Öresundsflygningen blev det stockholmarnas tur att ta del av Cederströms flygkonster. I slutet av september och början av oktober 1910 arrangerades Stockholms Flygvecka. Cederström intervjuades dagligen – ”ihjälfrågad” enligt honom själv – om hur han såg på arrangementet och aviatiken.⁶⁰ Flygbaronen framställdes å ena sidan som en unik hjälte med alldeles särskilda förmågor, å andra sidan som en vanlig människa med goda vänner och en oroligt väntande hustru – någon att både se upp till och att identifiera sig med. Flera artiklar behandlade således Cederströms mod och bragder, men reportrarna frågade också hur ”det kändes” och om det var ”roligt när folk hurrar”.⁶¹ Hustrun fick frågor om vad hon kände när maken svävade i livsfara flera hundra meter upp i luften: ”Nog har jag känt hjärtat i halsgropen mången gång, när jag sett min man tumla om i luften.”⁶²

Cederström behövde sällan anstränga sig för att få publicitet. I och med att han blev efterfrågat nyhetsstoff stod journalisterna i kö för att intervjua honom. Ett allt vanligare journalistiskt grepp var att omtala att andra tidningar skrev om samma sak och att ämnet intresserade den läsande allmänheten. Enligt Charles L. Ponce de Leon (2002) hörde detta till den amerikanska kändisjournalistikens centrala element vid samma tid. Att vara berömd innebär att vara refererad till såsom redan omskriven.⁶³ Flera anekdotiska artiklar om Cederström handlade just om själva uppmärksamheten och om hur journalisterna ständigt återkom till samma frågor: Hur känns det att flyga? Och är baron aldrig nervös inför uppstigningarna?⁶⁴ I efterhand lyftes också Cederströms eget begär efter att synas fram som en bidragande orsak till den omfattande publiciteten. En dag ropade en journalist utanför huset där baronen logerade: ”Om han inte går upp om en halvtimme, så kommer han inte i middagsupplagan! Inför detta fruktansvärda hot bestämde sig Cederström för att flyga.”⁶⁵ I fråga om uppmärksamheten kring Cederström hade det säkert också sin betydelse att han var nära vän med skämttidningsredaktörerna Hasse Z och Albert Engström. Det var exempelvis i Hasse Z:s *Söndags-Nisse* som Cederström lät publicera en kortare ”självbiografi” 1911.⁶⁶

Efter de inledande flygningarna över Öresund och i Stockholm 1910 gav sig Cederström ut på en Sverige- och Norgeturné för att visa upp sig och sina flygkonster – något som i samtidens press beskrevs som en ”Carlskata”. I oktober bar det av till Kristiania, där Cederström blev den förste att flyga över huvudstaden. Under våren och sommaren 1911 fortsatte baronen med uppvisningar i Göteborg, Uppsala, Linköping, Örebro, Gävle, Östersund, Sundsvall, Karlstad och därefter Norge igen, med flygbesök i flera städer.⁶⁷ Överallt möttes Cederström av jublande folkmassor. I Kristiania var folk så uppspelta att de rev kläderna av honom bara för att få en souvenir från den store flygaren. Också i Norge var tidningarna aktiva medarrangörer. Det var *Tidens Tegn* som bjudit dit Cederström och på väg från Kristiania till Trond-

heim fick flygaren med sig en bunt tidningar att sprida över staden, vilket betecknades som den ”Første flyvepost i Norge”.⁶⁸

Överallt rapporterade lokalpressen om hans flygningar. Veckor i förväg annonserades hans ankomst på affischer och efteråt trycktes vykort ”Från Flygningarna i Örebro” och ”Från Flygdagarna i Östersund”. I flera städer fick Cederström ta emot stadens hederspris.⁶⁹ Flygbaronen var nu Sveriges populäraste man – så här skrev en lokaltidning i Östersund när baronen anlände till staden i juli 1911: ”Carl Cederström är ett namn som numera är på allas läppar, och ägaren är otvifvelaktigt för närvarande den populäraste mannen i vårt land!”⁷⁰ En månad senare hette det i *Nya Wermlands Tidningen*:

Fråga minsta skolpojke i vårt land, hvem Carl Cederström är och jag är öfvertygad om, att svaret skall komma betydligt säkrare från hans läppar än t.ex. ett årtal ur den svenska historien eller den besvärliga läxa, som ligger och tynger på hans samvete. Carl Cederström är typisk *svensk*, djärf, oförfvägen och målmedveten, hvilka egenskaper gjort hans namn berömdt öfver hela landet på mindre än några månader.⁷¹

Att det var Cederströms personliga egenskaper som gjort honom så populär var något som togs för givet. Den massiva mediala uppmärksamheten nämndes inte – trots att det med största sannolikhet var som mediepersonlighet de flesta skolpojkar kommit i kontakt med honom. När tidningar och andra medier väl etablerat Cederström som hjälte blev han snabbt ”allmän egendom”, konstaterade *Svensk Motor-Tidning*. Tidningens beskrivning av publikens relation till sin flygbaron uppvisar flera likheter med det fenomen som senare benämnts ”para-social interaktion”, men som främst förknippats med radio och TV. Personer som publiken enbart kommit i kontakt med via medierade röster och rörliga bilder kan ibland upplevas som tillhörande den egna bekantskapskretsen, att de är närvarande i vardagen och personer man ”känner”.⁷² Uppmärksamheten kring Flygbaronen skapade en sådan närhet redan 1911: ”När ångbåtskalle från Strömfärjans stolta förskepp talar om Cederström, skulle en främling tro att han och Cederström sedan många år tillbaka äro förenade genom en förtrolig vänskap.” Att intresset för flygpersonligheten bidrog till att stärka flygets ställning stod helt klart när uppvisningarna och pressbevakningen sammanfattades. ”När en popularitet af detta slag slår sina klor i en person, har alltid den sak han ägnar sitt arbete fördelar därpå.” Efter Cederströms resor genom landet och i tidningsspaltarna kunde flyget inte avfärdas lika lätt, det hade fångat ”massornas uppmärksamhet och gillande”.⁷³

Flyget som marknadsföringsresurs

Flyget och piloterna lockade både blickar och pengar till sig. Oscar Lundholm, professor i maskinlära vid KTH, konstaterade redan 1910 att flygsporten ”har på ett stort sätt varit omhuldad af stater, korporationer, tidningar och enskilda”.⁷⁴ Flyguppvisningar inför publik blev populära arrangemang som annonserades och diskuterades i pressen i förväg, flygare intervjuades och folkmassornas uppslutning och hyllningar skildrades. Antalet flygrekord och ”firsts” att rapportera om var i det närmaste oändligt: första flygaren över Engelska kanalen, första flygaren över Öresund, första över Sundsvall, första flygpasageraren, första flygposten, och så vidare.⁷⁵ I egenskap av Sveriges första flygpasagerare blev journalisten Erik Pallin – känd under signaturen *Flying* – troligen mer uppmärksamman än den franske piloten Legagneux vilken höll i spakarna under deras luftfärd över Stockholm 1909. Flygnyheternas betydelse avspeglades bland annat i att de ofta fick en egen etikett i tidningarna, exempelvis ”Luftsegling-Nytt” i *Stockholms-Tidningen*. Journalister och tidningar spelade dessutom ofta en aktiv roll genom att arrangera tävlingar och uppvisningar. Det var *Daily Mail* som 1909 utlyste tävlingen om vem som först kunde flyga över Engelska kanalen och i Tyskland bidrog *Berliner Morgenpost* samma år till att göra Ferdinand von Zeppelins flygningar till populära folkfester.⁷⁶ Efter att Paristidningen *Le Matin* tagit initiativet till en flygtävling i augusti 1910 kunde en korrespondent i *Aftonbladet* konstatera att man ”har onekligen svårt att tänka sig en mera dundrande reklam”.⁷⁷ Relationen mellan flygare, medier och publik kan förstås som en ”feedback loop” där de olika delarna förstärkte varandra.⁷⁸ Flygarna blev omskrivna i tidningarna som därigenom skapade ett publikintresse och gjorde uppvisningarna till massattraktioner, vilket fick tidningarna att skriva ännu mer, vilket i sin tur bidrog till att ännu fler människor sökte sig till flygfälten.

Förutom att beskriva och framhäva Cederström hade tidningarna stor betydelse för själva flygarrangemangens utformning. Detta gällde särskilt *Dagens Nyheter* som var en aktiv medarrangör av tävlingarna 1910 genom att inrätta ett eget flygpris till den flygare som först lyckades runda Djurgården.⁷⁹ Under Flygveckan året därpå engagerade sig också *Figaro* och *Svensk Motor-Tidning*, utgiven av det militärt dominerade Aeronautiska Sällskapet. *Figaro* gav pris till den flygare som stod för den största överraskningen under veckan och *Svensk Motor-Tidning* till den som lyckades bomba ett ”simuleradt pansarfartyg” med citroner.⁸⁰ Detta var tidiga varianter av det som några år senare kom att benämnas ”aktiv journalistik”, där Vasaloppet, *Svenska Dagbladets* bragdmedalj och DN-galan är mer kända exempel.⁸¹ För att ge ”det största möjliga antalet Stockholmare” tillfälle att ”känna det begynnande suset af tjugonde seklets vingslag” engagerade *Dagens Nyheter*

läsarna och uppmanade dem att skänka prispengar.⁸² Peter Fritzsche (1996) som studerat flyguppvisningarna i Berlin under samma tid konstaterar att tidningarna fungerade som guider vilka dirigerade folkmassorna och visade var man skulle stå och hur man skulle se, och hur det man såg skulle tolkas.⁸³ *Dagens Nyheters* pristävlan syftade enligt tidningen till att ge så många som möjligt chansen att få en skymt av flygningarna, "[h]var och en med egna ögon!"⁸⁴ För en mer verklighetsnära upplevelse krävdes emellertid att man tog del av tidningarnas beskrivningar av hur flygningarna gick till, hur de skulle förstås och hur flygarna själva såg på sina bedrifter. Efter landningen deltog tidningarna i publikens hyllningar. De jublande människoskarorna på plats fångades på bild och spreds med tidningarnas hjälp till nya publik.⁸⁵

Flyguppvisningarna var omsorgsfullt planerade arrangemang som mycket väl kan ses som medier i sig själva – de synliggjorde aviatiken som fantastiskt framtidslöfte och flygarna som herrar över både teknikens och naturens krafter. Till uppvisningarnas genomslag i andra medier bidrog även de celebriteter som rörde sig kring start- och landningsbanorna. Under Stockholms Flygvecka 1910 fanns bland andra medlemmar av kungafamiljen och sångerskan Kristina Nilsson i publiken, och därutöver bekanta idrottsmän, diplomater, vetenskapsmän och konstnärer.⁸⁶ Sammanlagt kunde det en dag under Stockholms Flygvecka 1910 samlas så många som 50 000 till 75 000 åskådare.⁸⁷

I väntan på rätt tillfälle att starta vandrade Cederström ofta omkring och visade upp sig för publiken. Efter landning strömmade folk till för att få gratulera honom, ibland så entusiastiska att man befarade att "aviatikern skall bli sliten i stycken av pur förtjusning".⁸⁸ Mellan start och landning hade publiken emellertid svårt att få syn på den som satt vid spakarna. En stor del av flygningarna koncentrerades till luftrummet över själva fältet, men på några hundra meters höjd var det ändå svårt att se det lilla flygplanet och dess förare: "Man sökte på himlen och fann honom komma stickande långt borta på andra sidan Lindarängen, i riktning från söder till norr."⁸⁹ Den ovana publikpositionen – att stirra och peka för att försöka se något högt uppe i luften – avbildades i flera tidningar och annonser.⁹⁰

Flygningarna kostade mycket pengar att genomföra och biljettintäkterna behövdes för att finansiera transporter, flygplanen som ständigt gick sönder och måste repareras, prispengar för att locka utländska flygare, och så vidare. En anledning till att en del människor tvekade att betala ett dyrt inträde – en tidning talade om "oskicket med öfverbefolkade gratisplatser"⁹¹ – var säkert att flygningarna de första åren var mycket beroende av väderleken. Bläste det mer än fyra meter i sekunden gick det inte att flyga.⁹² Flygplansvingarna, som var klädda i uppspänd väv, tälde dessutom inte regn. Flygningarna blev därför ofta inställda eller framflyttade. Tidningarna utnyttjade denna osäker-



Olika medieformer samverkade med och kompletterade varandra. Den första flygningen över Stockholm genomfördes den 18 september 1910. Bara två dagar senare kunde publiken ta del av uppvisningen på biograf (*DN* 20/9 1910).

het genom att i otaliga artiklar beskriva förväntningarna, besvikelserna och glädjen när vädret äntligen tillät avfärd – både ur flygarnas och ur publikens perspektiv.⁹³

Ett medium som också drog nytta av denna osäkerhet var filmen. Apollo-Teatern lyckades få bilder av Cederström och hans flygkonster redan första flygdagen under Stockholms Flygvecka 1910. De nästföljande dagarna lät de i annonser meddela att "[o]m Orkan inträffar hindrar den inte Cederström från att flyga å Apollo-Theaterns föreställningar". "Charmanta bilder" utlovades av Cederström och Hasse Z, av när aeroplanet fördes ur hangaren, av flygplanet i luften och vid landning.⁹⁴ Flera av de första årens flyguppvisningar filmades och visades på biograf. Givna huvudpersoner var naturligtvis flygarna. Filmerna visade närbilder av flygarna och flygplanen på marken – men när de väl kommit upp i luften såg man dem lika dåligt på film som från åskådarplats på flygfältet, det var nämligen där kamerorna var placerade.

Som antyds av tidigare nämnda tidningsannonser för tandkräm, varuhus och herrkonfektion var det inte bara tidningar och biografier som försökte slå mynt av flygningarna. Cederström använde själv uppvisningarna i reklam-syfte. Att hans första Blériot-flygplan fick namnet "Bil-Bol" var förstås ett sätt att marknadsföra det egna företaget. Vid sidan av de flygpris som tidningarna instiftade till flygveckan 1910 skänkte champagnemärket Heidsieck & Co Monopole en pokal av förgyllt silver, tillverkarna av brandsprutan

Pump-rapid instiftade ett hastighetspris på 500 kronor och Karlshamns Flaggpunsch ett höjdpris på 1 000 kronor.⁹⁵ Mest uppmärksamhet i samtiden fick emellertid det så kallade Lazarolpriset på 5 000 kronor till den som snabbast flög sträckan Stockholm–Saltsjöbaden–Vaxholm–Stockholm. Cederström, som var tävlingens huvudnamn, påpekade dock några dagar före utsatt datum att han inte tänkte flyga. Prissumman, menade han, var alltför låg i förhållande till riskerna. Han menade att Lazarolfabriken bara var intresserad av god och billig reklam för sitt munvatten.⁹⁶ Att det var just märket Lazarol som på detta sätt hamnade i blåsväder var förmodligen inte oväntat. Lazarol var ett slags läkemedel vars marknadsföring var beryktad. Till och med i en uppslagsbokstext (*Nordisk familjebok*, 1911) framställs både det hemliga medlet och dess marknadsföring som tvivelaktiga. Lazarol sägs där vara ett ”i enorm skala utpuffadt arcanum”, och texten påpekar vidare att den ”oerhörda reklamen ställer medlet i nivå med humbugsmedicin, hvarmed i stor skala pengar luras af godtroget folk”.⁹⁷ I en samtida analys av det svenska reklamväsendet exemplifierade Emil Sommarin kategorin ”sensationell reklam” just med Lazarolfabrikens pris under flygveckan i Stockholm.⁹⁸

Tidningarnas medverkan som arrangörer måste också förstås mot bakgrund av flygevenemangens funktion som marknadsföringskanal. Oavsett om det var munvatten eller champagne, brandsprutor eller tidningar som skulle säljas, så var det värdefullt att förknippas med den välvilja och entusiasm som riktades mot flygningarna. Enskilda tidningsredaktörer kunde vara stora flygentusiaster, men det var knappast ren idealism som fick tidningarna att satsa pengar. Att bidra till och möjliggöra flyguppvisningar innebar för *Dagens Nyheter* att tidningen fick del av uppmärksamheten och att man kunde visa för läsare och folk över hela landet att man stod på det moderna framstegets sida. För publiken på plats framhövdes tidningens insats genom att flaggor med texten ”D.N.” hissades från både en mast och en signalballong när det var tävlingsdags.⁹⁹ Till detta kom att flygningarna var ett tacksamt nyhetsstoff. Tidningen bidrog till att iscensätta en händelse som den sedan kunde rapportera om. Genom att uppmana läsarna att skänka pengar erbjöd man fler att bli delaktiga i projektet. Tidningen placerade sig därigenom jämsides med Europas stora tidningar. *Daily Mail* hade gjort det, *Berliner Morgenpost* och *Le Matin*. Nu hade även *Dagens Nyheter* inrättat ett eget flygpris. Utifrån pressens agerande kan flyguppvisningarna ses som mediehändelser vilka tidningarna bidrog till att iscensätta för att skapa ett säljande innehåll och för att kunna marknadsföra sig själva som en tjänande makt i det allmännas intresse. Uppvisningarna blev det medium som tidningarna använde för att göra sig synliga.¹⁰⁰ Flygarna såväl som tidningarna tjänade på arrangemanget.

Från lek till allvar: flyget som nationellt vapen

David Edgerton (1991) och Peter Fritzsche (1992 & 1996) har visat att massiva kampanjer och påtryckningar krävdes för att få allmänhet, politiker och militärer att inse flygteknikens kapacitet. Ingenjörer, flygintresserade militärer, patriotiska intellektuella och nyhetstörstiga tidningsredaktörer bildade nätverk för att tillsammans lansera flyget som en teknik värd att satsa på.¹⁰¹ Mindre uppmärksammat är emellertid hur de enskilda flygarna agerade för att lansera sig själva och flygmaskinernas möjligheter. Flygare som Blériot och Cederström agerade strategiskt och utnyttjade såväl personliga kontakter som mediala kanaler för att få största möjliga genomslag. Det gynnade flyget generellt men också dem själva såsom mångsidiga entreprenörer på området. Båda bedrev till exempel både flygutbildning och tillverkning av flygplan.

Även om det i början fanns en viss misstro mot flyget från militärt håll hade flyget också sina militära tillskyndare. Bröderna Wright lyckades tidigt få nyckelpersoner inom den amerikanska armén intresserade av sin uppfinning och även företrädare för den brittiska armén besökte dem.¹⁰² I Sverige hade Aeronautiska Sällskapet flera höga militärer bland sina medlemmar. Sällskapet ordnade bland annat föreläsningar där löjtnanterna Carl von Rosen och Henrik Hamilton 1907 höll föredrag om flygteknik och "Principer med aeroplan".¹⁰³ En person som tidigt tyckte sig se motorflygets militära möjligheter var Sveriges militärattaché i Paris, Ernst Linder. Sommaren 1909 bevittnade han den stora flygtävlingen vid Riems och rapporterade hem till departementet i Stockholm att flyget inom en snar framtid sannolikt skulle få stor militär betydelse.¹⁰⁴ Linder efterträddes 1912 av Karl Amundson som under många år hade varit ordförande i Aeronautiska Sällskapet och senare blev chef för flygvapnet. Tack vare dennes flygintresse och nätverk i Frankrike öppnades många dörrar för Cederström och andra svenska entreprenörer inom flyget.¹⁰⁵ Amundson fungerade bland annat som rådgivare när Cederström planerade att starta flygskola på Malmen. Den till en början enkla verksamheten förutspåddes få en snabb utveckling och rådgivaren manade till försiktighet: "lugnt, mycket lugnt och försiktigt arbete en måttlig och sansad reklam!"¹⁰⁶

Aeronautiska Sällskapets engagemang i Öresundsflygningen och i Stockholms Flygvecka var strategier för att lansera flyget för den breda allmänheten. Cederström användes här som flygets affischnamn – den som visade vad som var möjligt och som genom sin person skapade intresse och publicitet. Också *Svensk Motor-Tidnings* pris till den som kunde "bomba" ett mål nere på marken visade på ett mycket konkret och publikt sätt hur flyget kunde användas för militära ändamål. Lanseringen av flyget i Sverige har i detta avseende flera likheter med lanseringen i Storbritannien. Där fungerade Samuel Cody som

flygets affischnamn, utklädd till sin amerikanske namne William Frederick Cody och under dennes artistnamn Buffalo Bill.¹⁰⁷

De olika intressenternas medverkan i lanseringen av flyget i Sverige kan ses som en form av samproduktion. Företrädare för militär, näringsliv och medier etablerade flyget tillsammans, men utifrån olika förutsättningar och syften.¹⁰⁸ Sveriges Aeronautiska Sällskap bidrog med priser, pressen bidrog både genom att arrangera tävlingar och genom att rapportera om flyget och flygarna och Cederström medverkade genom att visa upp sig på såväl flygfältet som på teaterscenen, bioduken och i tidningsspaltarna. Alla kunde bidra med något och alla hade något att vinna. Tidningarna sålde lösnummer, Cederström vann pengar och ära och värvade elever till sin flygskola och Aeronautiska Sällskapet vann stöd för sin sak. Arrangemangen och publiciteten förmedlade budskapet att *nu* hade flyget nått en så avancerad nivå att det var värt att satsa på, *nu* var det dags för statsmakten att agera. Såväl flygplanen som flygutbildningarna blev snabbt bättre och säkrare. Statistik visade till exempel att flygning år 1912 var tio gånger mindre riskabel än under det föregående året.¹⁰⁹

För att få fart på de militära flygsatsningarna erbjöd sig några medlemmar av Aeronautiska Sällskapet år 1912 att skänka en flygmaskin till staten – om staten samtidigt förband sig att köpa in ytterligare en. När cheferna för fortifikationen och generalstaben yttrade sig i frågan behövde de inte lägga fram några egentliga argument – det räckte med att hänvisa till att det ”numera allmänt erkännes” att flyget hade mycket att bidra med till krigföringen och att ”[s]åsom känt är” hade flera länder redan skaffat sig flygmaskiner. Flyguppvisningarna och pressens rapportering hade marknadsfört flyget som militärt användbart – rent av nödvändigt – och frammanat insikten att ”tiden nu måste anses vara inne att använda flyget äfven i vår armé”.¹¹⁰ I de riksdagsdebatter som följde befarade en del ledamöter att flyget skulle komma att hota kavalleriet och att kostnaderna för flyget i framtiden kunde bli enorma. Men anslaget till en flygmaskin och kostnader för övning och underhåll – 63 000 kronor – röstades ändå igenom med stor majoritet.¹¹¹

Den första militära flygavdelningen förlades 1913 till Malmen utanför Linköping, på den plats där Cederström ett år tidigare startat sin privata flygskola med flera officerare bland eleverna. Samma år fick militären ytterligare en donation. Denna gång var det Anders Zorn som skänkte pengar till Aeronautiska Sällskapet för inköp av ett militärflygplan. Genom 1914 års härordning fick flyget en egen organisation och Sverige hade nu ett flygvapen, om än i blygsam skala.¹¹² Vid första världskrigets utbrott disponerade armén fyra och marinen fem flygplan, men vid krigets slut fanns fler än femtio flygplan i försvarsorganisationen och 108 flygare hade fått sin utbildning i Sverige.¹¹³

Avslutning

Sveriges flyghistoria har sin självklara utgångspunkt i året 1910, då Carl Cederström erövrade det första svenska aviatördiplomet. Nyligen firade också flyget hundra år i Sverige, med en mängd evenemang som inte minst fäste uppmärksamheten på pionjärgestalten. Cederström-minnet har också en materiell påtaglighet, inte minst i och kring Flygvapenmuseum vid Malm-slätt utanför Linköping. Museets adress är Carl Cederströms gata, där finns en minnessten över Sveriges förste flygare och inne i museet möter besökaren Flygbaronen både i form av autentiska minnesföremål och som vaxfigur. Men Cederström finns även som frimärke och har fått ge namn åt en bostadsrättsförening på Värmdö. Emellanåt hörs till och med reminiscenser av den nationalromantiska retorik som Cederström blev föremål för i sin samtid. Kungliga Svenska Aero Klubben säljer till exempel Kåa Wennbergs biografi *Flygbaronen Carl Cederström* (1999) med följande ord: "Boken berättar om hur enastående Sveriges förste flygare var [...] Läs och var stolt över att vara svensk."¹⁴

Minnet av Flygbaronen sprids och reproduceras alltså i en rad olika sammanhang, och det är precis som på 1910-talet den enskilde hjälten som framhävs. I den här artikeln har vi försökt åskådliggöra en mer mångbottnad och komplicerad process bakom hjältemyterna och det rent teknikhistoriska. Vi har fäst uppmärksamheten på tandkrämsreklamen, tidningssidorna, filmerna och vykortet – de medier och sammanhang som gjorde flyget och Flygbaronen möjliga i sin samtid. Även om en minnesskrift som *Cederströmiana* (1918), vilken utgavs efter Cederströms död, uteslutande består av reproducerade tidningsklipp, och således ganska explicit illustrerar pressens betydelse i detta sammanhang, är det uppenbart att detta inte räcker för att sådana omständigheter på allvar ska noteras. Tidningar är inte, och har aldrig varit, bara återspeglare av företeelser som främst utspelar sig någon annanstans. Pressen måste, tillsammans med andra medier med vilka den på olika sätt samverkat och delat innehåll, uppmärksammas som en aktiv medskapare av det den skildrar.

Genom tävlingar och uppvisningar gjordes flyget till en offentlig och betydande samtidsföreteelse, till något som människor kunde bevittna, läsa om och prata om. Inför tusentals åskådare visade Carl Cederström och de andra flygarna vad som var möjligt. I tidningarna kunde de gång på gång förklara varför flyget var önskvärt. Det var också där flygarna framställdes som personer att se upp till och att identifiera sig med. Publika spektakel och kändisjournalistik ska därför inte avfärdas som kuriösa bihang till det politiska och militära arbetet i det dolda: vad som från början var en angelägenhet för några få, etablerades med tävlingarnas, reklamens och intervjuernas hjälp

som en nationell nödvändighet. Men de skeenden som skildrats här är inte bara en historia om strategierna för att lansera flyget. I synnerhet har vi velat visa att tidningarna, precis som tillverkarna av brandsprutor och tandkräm, delvis hade andra syften. De bidrog visserligen till att möjliggöra flygningarna, men samtidigt gjorde flygningarna det möjligt att sälja fler tidningar.

Flyget lanserades och populariserades i medier som flygarna själva inte hade kontroll över. De första flygfärderna företogs under en tid då även medierna förändrades. Cederström var inte bara en tidig aktör på flygfältet utan också någon som tidigt förstod att utnyttja och anpassa sig till nya regler på det mediala fältet. Analysen av Cederströms hantering av medierna kan därför säga något mer generellt om villkoren för att synas och komma till tals i det moderna samhället. För att dra nytta av medierna var han tvungen att själv ha något att erbjuda, att vara till nytta för dem.

Early aviation and the press.

Journalism, advertising, and the celebrity pilot

In the first years of the twentieth century, numerous attempts were made at powered flight. What is commonly labelled 'the pioneer era' (1900–1914) covers the unsteady beginnings of the motorized airplane as well as its large-scale introduction in warfare and for the transportation of goods and passengers. Initially regarded as a foolish toy for hazardous adventure, the airplane rapidly became a favoured symbol of modernity, and the engineers, pilots, and entrepreneurs involved were celebrated as the heroes of progress.

However, the quick change in opinion regarding the use and benefit of airplanes was not only prompted by the technical skill of the inventors or the bravery of the flyers. The aim of this paper is to shed light on the media history of early aviation, including the celebrity pilot as an important means by which aviation was publicly experienced and popularized. Through a case study of the mediatization of the first Swedish aviator, Carl Cederström (1867–1918), the article explores the interplay of the press, other kinds of media, and advertising in the introduction of the motorized airplane in Sweden in around 1910.

At this time, air shows and competitions were being arranged all over the world. The media coverage was massive, and the aviators were frequently interviewed and celebrated. The press, however, did not only report on the events. By offering prizes and arranging competitions, individual newspapers played an active role in the introduction of powered flight. When the Stockholm Air Show was held in 1910 and 1911, one of the Stockholm dailies, *Dagens Nyheter*, was among the main organizers. The relation between the air show and the press coverage can be interpreted in terms of a feedback

loop: the reporting drew attention to the show; the show became a mass attraction; and the papers reported it even more. At the centre of attention was always the aviator Cederström himself, popularly known as 'The Flying Baron'. The status of this persona and the participation of the press, the cinema, and postcard publishers also made the air shows attractive for sponsors such as champagne houses, patent medicine companies, and manufacturers of fire equipment. It was this joint attention that quickly transformed a limited concern into national awareness. When the Swedish armed forces in 1912 sought funding for its first aircraft, the politicians were easily convinced of the benefits of aviation.

Keywords: celebrity culture, media history, aviation, new journalism, marketing

Noter

- 1 "Om velocipeder", *Ny Illustrerad Tidning* 1880, s. 339.
- 2 Albert Engström, "Flygbaronen" berättar sina minnen", i *Flygverven*, Kristiana 1918, s. 42–44.
- 3 Olof Dahlbeck, "Flygaren Cederström", i *Carl Cederström. En minnesbok*, Stockholm 1919, s. 74.
- 4 Hans Lepp, "Svenska Panoptikon", *Sankt Eriks årsbok 1978*, Stockholm 1978, s. 178.
- 5 Artikeln har skrivits inom ramarna för projektet "Kändiskultur, journalistik och marknadsföring" finansierat av Ridderstads Stiftelse för grafisk historisk forskning.
- 6 För en studie av liknande samspel under samma tid, se kapitlet "Den vetenskapliga offentligheten" i Sven Widmalm, *Det öppna laboratoriet. Uppsala fysiken och dess nätverk 1853–1910*, Stockholm 2001.
- 7 Om intervjuer och aktiv journalistik, se Johan Jarlbrink, *Det våras för journalisten. Symboler och handlingsmönster för den svenska pressens medarbetare från 1870-tal till 1930-tal*, Stockholm 2009 samt Gunilla Lundström, *När tidningarna blev moderna. Om svensk journalistik 1898–1969*, Göteborg 2004. Om reklamen vid 1900-talets början, se Louise Nilsson, *Färger, former, ljus. Svensk reklam och reklampsykologi, 1900–1930*, Uppsala 2010.
- 8 Se t ex Pelle Snickars, *Svensk film och visuell masskultur 1900*, Stockholm 2001; Anders Ekström, *Viljan att synas, viljan att se. Medieumgänge och publik kultur kring 1900*, Stockholm 2010; Ulf Wallin, *Sporten i spalterna. Sportjournalistikens utveckling i svensk dagspress under 100 år*, Göteborg 1998.
- 9 Ulf Hannerz, "Genomsyrade av medier. Kulturer, samhällen och medvetanden av idag" i *Medier och kulturer*, Ulf Hannerz (red.), Stockholm 1990, s. 7. Om ett bredare mediebegrepp, se vidare Anders Ekström, Solveig Jülich & Pelle Snickars, "I mediearkivet", i *1897. Mediehistorier kring Stockholmsutställningen*, Anders Ekström, Solveig Jülich & Pelle Snickars (red.), Stockholm 2005, s. 16f.
- 10 Jämför utgångspunkterna för "Vetenskapernas mediehistoria" i Anders Ekström, "Vetenskaperna, medierna, publikerna" i *Den mediala vetenskapen*, Anders Ekström (red.), Nora 2004, s. 16–18.
- 11 Daniel Boorstin, *Skenbilden. Vad som hänt med drömmen om Amerika*, Stockholm 1968, s. 66–68.
- 12 Charles L. Ponce de Leon, *Self-Exposure. Human-Interest Journalism and the Emergence of Celebrity in America, 1890–1940*, Chapel Hill & London 2002, s. 1–3.
- 13 Orrin E. Klapp, "Hero worship in America", *American Sociological Review*, 1949:1, s. 53–62.
- 14 Boorstin 1968, s. 65.

- 15 Boorstin 1968, s. 67f, 73.
- 16 Jfr David Higgins, *Romantic Genius and the Literary Magazine. Biography, Celebrity, and Politics*, London & New York 2005, s. 9 samt Joe Moran, *Star Authors. Literary Celebrity in America*, London 2000, s. 9.
- 17 "Cederström, Carl", *Nordisk Familjebok*, Stockholm 1923.
- 18 Graeme Turner, *Understanding Celebrity*, London 2004, s. 7.
- 19 Joseph J. Corn, *The Winged Gospel. Americas Romance with Aviation*, Baltimore & London 1983/2002, s. 5-7.
- 20 Jessica Evans & David Hesmondhalgh (red.), *Understanding Media. Inside Celebrity*, New York & Maidenhead 2005, s. 1.
- 21 Citat ur *Nordisk Familjebok*.
- 22 Om Legagneux flygningar i Sverige 1909 se Ulf Hamilton, "Förste svensk var fransman" i *I Luften 2004. Flygets årsbok 2003*, s. 14-19. Legagneux inbjöds sommaren 1909 av Svenska motorklubben för att göra flyguppvisningar på Ladugårdsgärdet i Stockholm.
- 23 Jarlbrink 2009, s. 131-133.
- 24 Om förändrade regler för offentlig synlighet, se John B. Thompson, *Medierna och moderniteten*, Göteborg 2001, kap. 4.
- 25 Gustaf Hellström, "En intervju med mr Blériot", *Dagens Nyheter* 30/7 1909.
- 26 Om "avslöjandet" som kändisjournalistisk strategi, se Ponce de Leon 2002, s. 57f.
- 27 Jfr Ponce de Leon 2002, s. 7-9.
- 28 Claës Lundin, *Nya Stockholm*, [1890], faksimilupplaga, Stockholm 1987, s. 455.
- 29 Solveig Jülich, *Skuggor av sanning. Tidig svensk radiologi och visuell kultur*, Linköping 2002, s. 72f. Se även Anders Ekström, "Publikens celebriteter" i Anders Ekström, *Viljan att synas, viljan att se. Medieumgänge och publik kultur kring 1900*, Stockholm 2010, s. 208-231.
- 30 Text Jean Qui Pleure, "Två flygporträtt. Våra aviatikers damer", *Dagens Nyheter* 28/11 1910.
- 31 Peter Flygare, "Kvinnorna och aviatiken", *Idun* 1910:39, s. 479f.
- 32 Peter Flygare, "Flygveckan i Stockholm", *Idun* 1910:39.
- 33 "Det Stockholm som flyger", *Figaro* 27/5 1911.
- 34 *Dalpilen* 3/9 1912. Se även *Kalmar* 28/8 1912.
- 35 Ulf Boëthius, "En modernistisk flygbok - Harald Victorins Örnungen" i *Konsten att berätta för barn*, Anne Banér (red.), Stockholm 1996, s. 246.
- 36 August Strindberg, "Monoplan eller biplan (Folkstat eller hovstat)" i *Tal till svenska nationen, Folkstaten, Religjös renässans & Tsarens kurir*, Nationalupplagan, del 68, Stockholm 1988, s. 196. Björn Meidal konstaterar i kommentarerna till nämnda upplaga: "uppgifterna om flygning i denna artikel har Strindberg hämtat ur O.E. Lundholms artikel 'Konsten att flyga' i Almanack för alla, 1910, s. 205ff." Se s. 405.
- 37 Annonser för: Wilh. Siléns bokförlag, Stockholm (*Smålands Folkblad* 13/5 1910), Stomatol tandkräm (*Dagens Nyheter* 18/9, 25/9 1910), Nordiska Kompaniet (*Dagens Nyheter* 23/9 1910), Sturehof, Stockholm & Gustaf Söderqvist herrskrädderi, Stockholm (*Dagens Nyheter* 30/9 1910).
- 38 Se text annonsen för cyklarna "Flying o. Gloria", *Dalpilen* 7/5 1920.
- 39 *Figaro* 8/1 1910.
- 40 O.E. Lundholms artikel (se tidigare not) har till exempel detta anslag.
- 41 Under perioden 1931-1940 publicerades minst 27 svenska flygböcker för barn och ungdom. Se Boëthius 1996, s. 247.
- 42 Stefan Mählqvist, *Biggles i Sverige. En litteratursociologisk studie av W E Johns Bigglesböcker*, Hedemora 1983.
- 43 Om Lundegårds roman och dess symbolik se vidare Andreas Nyblom, *Ryktbarhetens ansikte. Verner von Heidenstam, medierna och personkulten i sekelskiftets Sverige*, Stockholm 2008, s. 225-234.
- 44 Leo Braudy, *The Frenzy of Renown. Fame and Its History*, New York 1997, s. 20f.

- 45 Gustaf Hellström, "En intervju med mr Blériot", *Dagens Nyheter* 30/7 1909.
- 46 "Sveriges första aeroplanist", *Dagens Nyheter* 8/4 1910.
- 47 "Sveriges första aeroplanist", *Dagens Nyheter* 8/4 1910.
- 48 Kåa Wennberg, *Flygbaronen Carl Cederström*, Saltsjö-Boo 1999, s. 64.
- 49 X.X., "Flygmaskinerna introduceras i Sverige", *Dagens Nyheter* 13/10 1909. En staty över Nils Ericson hade avtäckts i september 1893 framför huvudingången till Stockholms Central vid Vasavägen.
- 50 Hasse Z, "Herr Flygare", *Dagens Nyheter* 17/9 1910.
- 51 Wennberg 1999, s. 11–53.
- 52 Dahlbeck 1919, s. 76.
- 53 "Frih. Cederström om flykten öfver Öresund", *Sydsvenska Dagbladet Snällposten* 20/6 1910.
- 54 "Danska marinen utfäster ett hederspris", *Sydsvenska Dagbladet Snällposten* 11/6 1910; "Flykten öfver Sundet", *Stockholms-Tidningen* 29/6 1910.
- 55 "Friherre Cederström har flugit öfver Sundet", *Sydsvenska Dagbladet Snällposten* 25/8 1910.
- 56 "Åter en aviatiker förolyckad", *Stockholms-Tidningen* 4/4 1910; "Hemsk olycka under flygtäfling", *Stockholms-Tidningen* 4/7 1910.
- 57 Sic., "Dagens segerherre", *Sydsvenska Dagbladet Snällposten* 25/8 1910.
- 58 "Flykten öfver Sundet", *Stockholms-Tidningen* 27/6 1910; "De, som vill flyga", *Sydsvenska Dagbladet Snällposten* 6/7 1910; "I andtider", *Söndags-Nisse* 7/8 1910; Sans Facon, "Aviatik och fotografering", *Skånska Aftonbladet* 27/8 1910; "Söndagens flygning och draktäfling", *Dagens Nyheter* 26/9 1910.
- 59 Dahlbeck 1919, s. 86.
- 60 Sam., "Cederström flyger lördag eller söndag" & Hasse Z, "Inför de första flygningarna i Stockholm", *Dagens Nyheter* 13/9 1910.
- 61 "Söndagens flygning och draktäfling", *Dagens Nyheter* 26/9 1910.
- 62 Peter Flygare, "Flygveckan i Stockholm", *Idun* 1910:39; Hasse Z, "Inför de första flygningarna i Stockholm", *Dagens Nyheter* 13/9 1910.
- 63 Ponce de Leon 2002, s. 110f.
- 64 Hasse Z, "Inför de första flygningarna i Stockholm", *Dagens Nyheter* 13/9 1910; Hasse Z, "Herr flygare", *Dagens Nyheter* 17/9 1910.
- 65 Hasse Z, *Carl Cederström. En minnesbok*, Stockholm 1919, s. 34.
- 66 Carl Cederström, "44 år på jorden", *Söndags-Nisse*, julnummer 1911.
- 67 Wennberg 1999, s. 85–130.
- 68 Dahlbeck 1919, s. 88; Wennberg 1999, s. 125–129.
- 69 Cederström fick stadens hederspris i bl a Linköping och Östersund, se Wennberg 1999, s. 102, 116.
- 70 S. A. Duse, "Carl Cederström", *Östersunds-Posten* 18/7 1911.
- 71 S-m., "Flygningarna på Trossnäs", *Nya Wermlands Tidningen* 17/8 1911.
- 72 John Durham Peters, "Broadcasting and schizophrenia", *Media, Culture & Society* 2010:1, s. 125f.
- 73 E.A.B., "Stockholms andra flygvecka", *Svensk Motor-Tidning* 1911:10.
- 74 Lundholm 1910, s. 212.
- 75 Jämför Corn 1983/2002, s. 10.
- 76 Wennberg 1999, s. 55; Peter Fritzsche, *Reading Berlin 1900*, Cambridge 1996, s. 226–228.
- 77 Hd Hn., "En modern tidning. Ett och annat om 'Le Matin' apropå aeroplankapplöpningen", *Aftonbladet* 11/8 1910.
- 78 Nick Couldry, *Media Rituals. A Critical Perspective*, London & New York 2003, s. 69.
- 79 X.X., "Flygveckan. Dagens Nyheter uppställer ett pris å 1,000 kr.", *Dagens Nyheter* 15/9 1910.
- 80 "Det Stockholm som flyger", *Figaro* 27/5 1911; "Resultatet under Stockholms 2:dra flygvecka", *Svensk Motor-Tidning* 1911:10; "Friherre Cederström eröfrar tre pris", *Svenska Morgonbladet*

- 24/5 1911.
- 81 Lundström 2004, s. 110f.
- 82 X.X., "Flygveckan. Dagens Nyheter uppställer ett pris å 1,000 kr.", *Dagens Nyheter* 15/9 1910.
- 83 Fritzsche 1996, s. 222–228.
- 84 X.X., "Flygveckan. Dagens Nyheter uppställer ett pris å 1,000 kr.", *Dagens Nyheter* 15/9 1910.
- 85 Exempelvis teckningen "Cederström hissas", *Dagens Nyheter* 22/9 1910.
- 86 "Baron Cederströms vackra flygning i går öfver Gärdet", *Dagens Nyheter* 22/9 1910; "Vackra prestationer vid flygtävlingarna på Gärdet", *Dagens Nyheter* 29/9 1910.
- 87 Wennberg 1999, s. 80.
- 88 Sam., "Flykten Djurgården rundt lyckligen fullbordad i går afton", *Dagens Nyheter* 3/10 1910.
- 89 "Flygveckan börjad med lyckade uppstigningar", *Dagens Nyheter* 28/9 1910.
- 90 Exempelvis Nordiska Kompaniets annons "Titta hit istället", *Dagens Nyheter* 23/9 1910 och "Ett upplyftande skådespel", *Idun* 1910: 39.
- 91 Curt Bjärne, "Cederström och Svendsen flyga", *Svenska Morgonbladet* 28/9 1910.
- 92 "Lektion i bläst", *Dagens Nyheter* 26/9 1910.
- 93 Exempelvis "Flygveckans väderleksutsikter", *Dagens Nyheter* 21/9 1910; "Söndagens flygning och draktävling", *Dagens Nyheter* 26/9 1910.
- 94 Annons i *Dagens Nyheter* 20/9 1910.
- 95 "Flygveckan börjad med lyckade uppstigningar", *Dagens Nyheter* 28/9 1910; "Nytt flygpris", *Dagens Nyheter* 29/9 1910.
- 96 Hasse Z., "Inför de första flygningarna i Stockholm", *Dagens Nyheter* 13/9 1910.
- 97 "Lazarol", *Nordisk familjebok*, Stockholm 1911.
- 98 Emil Sommarin, "Reklam. Anteckningar ur det svenska affärlifvet", *Statsvetenskaplig tidskrift för politik, statistik, ekonomi* 1912:1, s. 18.
- 99 Programbladet *Flygningarna 1911*, Stockholm 1911, s. 1f.
- 100 För en analys av hur mediehändelser marknadsför pressen, se Patrik Lundell, "The medium is the message. The media history of the press", *Media History* 2008:1.
- 101 David Edgerton, *England and the Aeroplane. An Essay on a Militant and Technological Nation*, Basingstoke 1991, s. 3; Peter Fritzsche, *Nation of Fliers: German Aviation and the Popular Imagination*, Cambridge 1992, s. 1–3; Fritzsche 1996, s. 229–232.
- 102 Edgerton 1991, s. 2.
- 103 Carl Florman m.fl., *Svenskt flyg och dess män*, Stockholm 1939, s. 119.
- 104 Carl Florman m.fl. 1939, s. 120.
- 105 Tord Ångström, "Vår första flygskola", *Flygning* 1939:1–2.
- 106 Ångström 1939.
- 107 Edgerton 1991, kap. 1.
- 108 Jämför Ekström 2004, s. 12–14.
- 109 Otto Witt, "Flygkonstens historia", *Smålands Allehanda* 16/5 1913.
- 110 *Statsutskottets utlåtande* 1912, 6 samlingen, 1 avdelningen, nr 11, s. 1–5.
- 111 *Första kammarens protokoll* 1912, nr 8, s. 21–23; *Andra kammarens protokoll* 1912, nr 8, s. 5–15.
- 112 Florman m.fl. 1939, s. 125–129.
- 113 Tord Ångström, "Ur den svenska flygningens historia", *Flygverden*, Kristiania 1918, s. 34–37.
- 114 <http://www.ksab.net> (2010-11-16).