



**LUNDS**  
UNIVERSITET

# **Crossover på bokmarknaden**

En studie av hur svenska förlag utformar och arbetar med  
crossoverlitteratur

**Klara Bjelkenäs och Anna W. von Friesen**

Kandidatuppsats i Förlags- och bokmarknadskunskap (FBMK11)

Institutionen för kulturvetenskaper

Handledare: Sara Kärrholm

Examinator: Ann Steiner

2013-06-05

## **Abstract**

In Sweden and abroad, crossover literature (meaning children's books that are read and appreciated by adults as well) has been one of the more noticeable publishing trends of the new millennium. The aim of this thesis is to examine how Swedish publishing houses are working with crossover fiction, both with the genre as a whole and with individual novels. The method is an analysis of the packaging of a few select crossover books, their publishing houses and interviews with people from the book industry. In order to analyse packaging we have chosen literary theorist Gérard Genette's ideas about paratext, and Publishing Studies professor Claire Squires use of the concept. Squires examines how marketing, where paratext is a notable part, contributes in defining what genre is in the literary marketplace.

The results of our study show that publishers working with crossover literature face many obstacles. Problems include the lack of a generally agreed upon definition of and the unpreparedness of the Swedish book industry when handling books with a dual audience. There is simply no category for works found in between children's and adult literature, a problem that could be solved by focusing on genre instead of age. Regarding packaging, there is no obvious way to design and market crossover books. But our study shows a frequent emphasis on emotion in copy texts, blurbs, titles and also in the often graphic cover, which seems to be what both teenagers and adults respond to. This also applies to the general view of crossover literature as a genre of feeling as expressed by publishers, readers, critics and authors.

## **Keywords**

Crossover, ungdomslitteratur, young adult, genre, förlag, förlagsprofilering, paratext, marknadsföring, bokmarknad, bokdesign, bokomslag

# Innehållsförteckning

Inledning.....	1
Material.....	3
Metod.....	5
Teori: paratext, marknadsföring, genre .....	7
Tidigare forskning om crossoverlitteratur .....	10
Crossover på bokmarknaden: förlag, genre och paratext .....	13
Crossover då och nu .....	13
Dagens crossovertrend.....	15
Förlagen och crossover .....	17
Genre och kategorisering på bokmarknaden .....	19
Förlagets och paratextens funktion.....	24
Peritext: Omslagsdesign .....	26
Peritext: Ompaketering av översättningar .....	28
Titlar och copytexter i peritext och epitext.....	33
Peritext: format och inlaga .....	36
Avslutande diskussion.....	38
Litteraturförteckning .....	42

## Inledning

Bokmarknaden är i ständig förändring. Trender kommer och går och nya modebegrepp dyker upp. En av de senaste årens uppmärksammade trender är crossoverlitteraturen, böcker skrivna för ungdomar men som finner en stor läsekrets även hos vuxna, och som innehåller några av alla tiders bäst säljande litterära verk. Serier som *Twilight* och *Hungerspelen* har på senare tid hittat läsare bland både de ungdomar som böckerna från början var menade för och bland vuxna (många har säkerligen hört talas om *Twilight moms*). Men även om begreppet crossover är nytt så är fenomenet gammalt; barn och vuxna har i alla tider tagit del av samma litteratur, ända sedan äldre tiders muntligt berättade sagor. Under 1900-talet har dock barn- och vuxenböcker till stor del hållits åtskilda; att vuxna har velat läsa barnlitteratur för sin egen skull har setts som en marginell företeelse som förlag och andra aktörer på bokmarknaden inte engagerat sig i.<sup>1</sup>

På senare år har dock vinden vänt och crossover blivit ett omtalat begrepp i bokbranschen. Det finns numera förlag, både utomlands och i Sverige, som uteslutande inriktar sig på den här typen av litteratur. Att arbeta med böcker som kan komma att korsa åldersgränser innebär givetvis en möjlighet till en större läsekrets, men det finns också vissa problem då förlagen måste förhålla sig till olika målgrupper i utformningen av sina böcker och val av marknadsföring. I vissa fall beslutar förlag att betrakta en bok som crossover och försöka utforma den som sådan, i andra fall är det ingen aktiv strategi. Men oavsett hur förlagen väljer att arbeta med crossover är det tydligt att detta litteraturfenomen är en trend på uppåtående.

Även om crossover är det enda begrepp som beskriver just företeelsen vuxna som läser ungdomsböcker, finns det flera nya begrepp som beskriver den här typen av gränslandslitteratur, böcker som hamnar någonstans mellan ungdomar och vuxna. Det engelska *young adult* är kanske mest känt, men den svenska motsvarigheten *ung vuxen* är också utbrett. Enligt en amerikansk studie från 2012 var 55 procent av konsumenterna av *young adult*-böcker över 18 år, med det största segmentet i åldern 30 till 44. En övervägande majoritet, 78 procent, uppgav att de köpte böckerna till sig själva.<sup>2</sup> Så det finns en tydlig koppling mellan crossover och *young adult*, ibland till så stor grad att det inte går att skilja kategorierna åt. Det finns även andra ord för den här mittemellanåldern (*kiddult*, *new adult* med flera), som skiljer sig från crossoverkategorin i och med att det rör sig om kategorier

---

<sup>1</sup> Beckett, Sandra I. *Crossover fiction: Global and historical perspectives*. New York/London: Routledge 2009, s. 85-133

<sup>2</sup> "Young Adult Books Attract Growing Numbers of Adult Fans". *Bowker*. [http://www.bowker.com/en-US/aboutus/press\\_room/2012/pr\\_09132012.shtml](http://www.bowker.com/en-US/aboutus/press_room/2012/pr_09132012.shtml), hämtad 16 maj 2013

baserade på en specifik åldersgrupp. I praktiken rör det sig dock ofta om samma böcker, och begreppen används ibland synonymt, men det är med andra ord inte helt korrekt och kan leda till förvirring. Crossoverböcker tillhör ofta kategorin ung vuxen/young adult, men kan även vara böcker för yngre läsare, som J.K. Rowlings Harry Potter-serie.

Det finns en kluvenhet i hur crossover betraktas; vissa menar att det är en litterär genre, andra säger att det är en åldersgrupp eller en form av läsning. Litteraturvetaren Sandra L. Beckett kallar crossover för både en ”literary genre” och en ”marketing category”, och denna dubbla betydelse kanske är det som bäst beskriver vad crossover handlar om.<sup>3</sup> Å andra sidan säger en annan litteraturvetare, Rachel Falconer, att ”’[c]rossover fiction’ represents too varied a group of novels to be identified as a distinct genre or class of fiction”.<sup>4</sup> Allt handlar i grund och botten om hur genre definieras. På bokmarknaden används genre på ett annat sätt än inom litteraturvetenskapen, mer som en hjälp för olika aktörer att etikettera och placera litteratur. Därför kan det ändå vara motiverat att tala om crossover som en genre, förutsatt att det finns en medvetenhet om svårigheterna med begreppet.

På den anglosaxiska marknaden, där crossover (både begreppet och litteraturen) först slog igenom, har man uppmärksammat företeelsen under en längre tid än i Sverige, och utomlands har det bedrivits viss forskning om ämnet. Men i Sverige finns i stort sett ingen forskning om fenomenet och det finns överlag dåligt med forskning om ungdomslitteratur och med detta område besläktade kategorier. Vi vill därför undersöka hur crossover ser ut i Sverige idag.

För att kunna undersöka crossoverlitteraturen i stort skulle det behövas betydligt mer utrymme än vi förfogar över här, därför är det nödvändigt med vissa avgränsningar. Fokus kommer att ligga på ett producentperspektiv, och med producent åsyftas i det här fallet bokförlagen. En av förlagens uppgifter är att paketera och presentera sina böcker, och hur detta görs kommer att vara en stor del av undersökningen. Det är därför lämpligt att utgå ifrån idéer om paratext för att bidra med struktur och komma åt viktiga komponenter och beröringspunkter. Vår förståelse av begreppet är baserad på litteraturteoretikern Gérard Genettes utformning av paratextens definition och funktion, och förlagskunskapsprofessorn Claire Squires applicering av dessa idéer på dagens bokmarknad. Paratext kan beskrivas som det material som omger och presenterar den litterära texten (omslag, titel, baksidestext, presentationer av boken i kataloger eller på förlagets hemsida med mera) och som läsaren allra först kommer i kontakt med, innan hen tar del av själva verket. Vår förhoppning är att

---

<sup>3</sup> Beckett 2009, s. 14

<sup>4</sup> Falconer, Rachel. *The Crossover Novel: Contemporary children's fiction and its adult readership*. Routledge, New York/London 2009, s. 27

genom en studie av paratext hos sex olika crossoververk kunna urskilja tendenser i hur förlag arbetar med denna särskilda typ av litteratur, och vad det betyder för genren i stort. Detta kan leda vidare till en diskussion om möjliga problem med detta arbete samt huruvida det skulle kunna finnas andra vägar att gå. Paketeringen utgör bara en del av förlagens arbete, men är dels en otroligt viktig del i förmedlingen av boken till omvärlden och dels något som går att studera som utomstående, till skillnad från exempelvis det redaktionella arbetet med bokens innehåll, som är svårare att få inblick i.

Utöver det vill vi även undersöka hur förlagen bakom verken arbetar med crossover i stort, hur de förhåller sig till begreppet och till böckerna på en mer övergripande nivå. Förlagens syn på vad crossover är och vilka böcker som räknas som crossover avgör hur de arbetar med utformningen av de individuella verken. Vissa förlag beskriver sig som crossoverförlag, medan andra aldrig använder sig av ordet, och det kommer att diskuteras vad de olika inställningarna kan göra med litteraturen och genren. Med tanke på förlagens position på bokmarknaden är det inte främmande att tänka sig att deras syn på crossover färgar hur andra aktörer, som bokhandel, kritiker och läsare, betraktar dessa böcker.

Syftet med uppsatsen är att undersöka och analysera hur svenska förlag arbetar med crossover, dels med genren i stort och dels med specifika verk inom genren. Hur förhåller sig olika förlag till begreppet och litteraturen crossover? Vad kan paratexten hos crossoververk säga om genren? Vad är funktionen av genre och kategorisering på bokmarknaden?

## Material

För att få ett överskådligt primärmaterial har vi valt att undersöka paratext hos sex verk som givits ut i Sverige de senaste åren. Alla svenska utgåvor av verken kommer att undersökas, såväl hårdband och mjukband som pocket. De verk vi har valt är:

- Hungerspelen-trilogin (*Hungerspelen*, *Fatta eld*, *Revolt*), Suzanne Collins, Bonnier Carlsen, 2008-2010.
- *Här ligger jag och blöder*, Jenny Jägerfeld, Gilla Böcker, 2010.
- Engelsfors-trilogin (*Cirkeln*, *Eld*, *Nyckeln*), Sara Bergmark Elfgren och Mats Strandberg, Rabén & Sjögren, 2011-2013.
- *Jellicoe Road*, Melina Marchetta, X Publishing, 2012.
- *Något måste hända nu*, Anna Lindberg, Mix Förlag, 2012.
- *Förr eller senare exploderar jag*, John Green, Bonnier Carlsen, 2013.

Titlarna är utvalda för att tillsammans kunna ge en representativ bild av crossoverutgivningen på den svenska bokmarknaden. Även om vi har utgått från andra personers uppfattning om vilka typer av böcker som ingår i den här kategorin i så stor mån som möjligt, har vi också valt titlar utifrån vad vi själva uppfattar är karakteristiskt för denna typ av litteratur. Eftersom crossover handlar om vem som slutligen läser boken är det dock svårare att se mönster i crossoverutgivningen än i till exempel den ofta överlappande ung vuxen-litteraturen, som alla böckerna i undersökningen kan sägas tillhöra. Crossover är inte en statisk kategori för ålder eller ämne, utan handlar om vilka som tycker om boken, något som inte är helt självklart. Men titlarna är valda utifrån vår uppfattning om crossoverlitteraturen och i relation till förlag, genre och språkområde.

I Sverige ges crossoverlitteratur för närvarande främst ut på barn- och ungdomsförlag och uttalade crossoverförlag. De största förlagskoncernerna har varsitt förlag för barn- och ungdomslitteratur, Bonnierägda Bonnier Carlsen och KF Media-ägda Rabén & Sjögren, från vilka vi har valt *Förr eller senare exploderar jag* och Hungerspelen-trilogin respektive Engelsfors-trilogin. Bonnierkoncernen äger även imprintet Mix Förlag, som tillsammans med X Publishing var ett av Sveriges två uttalade crossoverförlag (oss veterligen) tills Mix Förlag nyligen bytte inriktning, vilket kommer att diskuteras senare i uppsatsen. Även om Gilla Böcker har en liknande utgivning som Mix Förlag och särskilt X Publishing finns ordet crossover inte med i Gilla Böckers profilbeskrivning, dock beskrivs de ofta av andra som ett förlag som sysslar med crossover.

Många av de allra mest populära crossoverböckerna hör till fantasy- eller science fiction-genren och begreppet crossover började användas i samband med J.K. Rowlings fantasyböcker om Harry Potter och andra liknande efterföljare. Även historiskt har många av de barn- och ungdomsböcker som uppskattats mest av vuxna haft fantastiska inslag.<sup>5</sup> Science fiction-serien Hungerspelen är ett av flera verk med samhällskritiska, dystopiska inslag (se till exempel Scott Westerfelds Ful-serie) som har en stor vuxen läsekrets, och har mycket fokus på action och spänning. Även Engelsfors-trilogin har liknande egenskaper, men utspelar sig i nutid och har inslag av både socialrealism och klassisk fantasy med häxor, magi och kamp mellan gott och ont. Det är dock inte bara ungdomsböcker inom fantasygenren och dess släktingar som har läsare bland både ungdomar och vuxna; de senaste åren har många ”crossoversuccéer” varit realistiska verk. *Förr eller senare exploderar jag* och *Här ligger jag*

---

<sup>5</sup> Beckett 2009, s. 135-161

*och blöder* är bra exempel på sådana titlar. Förutom dessa är även *Något måste hända nu* realistisk, medan *Jellicoe Road* visserligen är realistisk i grunden men med drömlika inslag.

Vi har valt tre ursprungligen engelskspråkiga titlar och tre svenska för att täcka in de vanligaste språken på den svenska marknaden. Angående översättningarna kan det även vara intressant att jämföra hur böckerna har förändrats i ompaketeringen från engelska till svenska, exempelvis gällande omslag och titel. Detta kan säga något om hur den svenska bokmarknaden ser ut jämfört med den anglosaxiska och vilken position crossover som genre har i Sverige jämfört med i utlandet.

Det vi kommer att undersöka är paratextens två underkategorier *peritext* och *epitext*. Peritext innebär den fysiska boken, det vill säga omslag, titel, format, blurbar, baksidestext med mera. Epitext är externt material, som katalogtext, böckernas webbsidor och säljmaterial. Ur epitexten har vi valt att undersöka hur verken presenteras på förlagens webbplatser, samt på förlagens sidor i branschtidningen *Svensk Bokhandels* utgivningskataloger. Då paratext är ”an instrument of adaptation”<sup>6</sup> och flexibel gällande förändringar och trender, bör idag även digitalt material betraktas som paratext när det rör en specifik bok, som ett inlägg om boken ifråga på förlagets Facebook- eller Twittersida. Det hade varit möjligt att undersöka detta material precis som bloggar och olika typer av säljmaterial, men vi har valt att enbart fokusera på två viktiga exempel på epitext som finns för alla verken i undersökningen. Eftersom det ingår i syftet att undersöka hur förlagen förhåller sig till begreppet crossover kommer även förlagens presentationer av sig själva på deras respektive webbplatser att inkluderas i primärmaterialet, samt intervjuer som har genomförts med personer på de undersökta förlagen.

## Metod

Det finns ingen given metodologisk väg att gå i en studie om litteratur på bokmarknaden. Inom förlagskunskap, som är en relativt ny disciplin, är det nödvändigt att använda sig av metoder och teorier som härstammar från andra vetenskaper, eftersom det inte finns någon utstakad bana eller forskningstradition.<sup>7</sup> Även om den huvudsakliga metoden är en fallstudie av paratexten hos sex utvalda verk är paratext ett vitt begrepp som kräver många olika typer av analys för att förstås. I undersökningen av förlagens presentationer används en textanalytisk metod.

---

<sup>6</sup> Genette, Gérard. *Paratexts. Thresholds of Interpretation*. Cambridge University Press, Cambridge/New York/Melbourne 1997, s. 408

<sup>7</sup> Murray, Simone. ”Publishing Studies: Critically Mapping Research in Search of a Discipline.” *Publishing Research Quarterly*, nr 4 2006, hämtad 12 mars 2013



En fallstudie kan användas för att ”ta en liten del av ett stort förlopp [...] och med hjälp av fallet beskriva verkligheten och säga att fallet ifråga får representera verkligheten”<sup>8</sup>. Det stora förlopp som undersöks är i det här fallet crossoverlitteraturen och hur svenska förlag arbetar med och betraktar den. Ett ensamt fall kan dock ”aldrig fullt ut representera verkligheten”<sup>9</sup> och studien har därför utökats till att omfatta sex olika verk. Urvalet är dock fortfarande relativt litet och det optimala hade naturligtvis varit att undersöka ännu fler titlar, vilket det tyvärr inte finns utrymme för i en kandidatuppsats med grundlig undersökning som denna. Eftersom det finns så lite forskningsmaterial om crossoverlitteratur i Sverige anser vi dock att även en mindre studie är värdefull och viktig.

Precis som crossover är även paratext något som kan innebära vitt skilda definitioner i olika kontexter. Eftersom det är ett brett begrepp ingår flera typer av analyser i den paratextuella undersökningen, bland annat textanalys och bildanalys och i undersökningen av förlagens presentationer har vi även där använt oss av textanalysen. Utmaningen i att göra en så pass bred analys ligger bland annat i att hitta teorier som kan användas för att förstå materialet som helhet och inte bara behandlar de individuella delarna (text, bild etcetera). Därför har vi valt Genette och Squires som med sitt fokus på paratextens helhet respektive hur denna kommunicerar med läsaren erbjuder den eftersträvade helhetsbilden.

För att bättre kunna förstå och uttala oss om de utvalda verkens paratext och de beslut som ligger bakom har vi kontaktat de fem förlag som har gett ut de undersökta titlarna. Vi har ställt ett antal frågor till de personer som har varit ansvariga för böckerna och bett dem förklara hur de resonerade kring utformningen av dessa. Då syftet dessutom är att studera förlagens arbete med crossover i stort frågade vi också hur de inom förlaget brukar arbeta med crossoververk, vad som är viktigt att tänka på när man som förlag arbetar med litteratur med dubbla målgrupper, samt hur de definierar och ser på begreppet. Bloggaren, journalisten och författaren Lisa Bjärbo har också intervjuats, då hennes namn ofta dyker upp i blurbar och liknande på undersökta titlarna, främst angående vad hon tycker och tänker om crossoverfenomenet. Alla intervjuer har genomförts i maj 2013 via e-post. Även om det hade varit önskvärt att genomföra intervjuerna ansikte mot ansikte har e-post varit ett sätt att göra intervjuerna tidsmässigt genomförbara och givit tid och utrymme att fokusera på undersökningen av paratext.

För att inte uppsatsen ska tyngas ned av alltför mycket uppräknig av data kommer endast de delar av resultatet som säger något om generella tendenser i paketeringen av och arbetet

---

<sup>8</sup> Ejvegård, Rolf. *Vetenskaplig metod*. Studentlitteratur, Lund 2009, s. 35

<sup>9</sup> Ibid

med crossoverlitteratur att presenteras, och ibland även sådant som sticker ut från det allmänna mönstret. Då syftet är att försöka se hur förlagen arbetar med böckerna och genren på en mer allmän nivå görs med andra ord snarare en översiktlig genomgång av resultatet än en som inkluderar alla detaljer. Eftersom peritexten har gett intressantare resultat än epitexten, antagligen på grund av att en större mängd peritext har undersökts, kommer det att vara större fokus på peritext i analysen.

### **Teori: paratext, marknadsföring, genre**

Precis som det inom förlagskunskapen inte finns någon given enskild metod är det inte heller lätt, eller ens önskvärt, att välja ett enskilt teoretiskt perspektiv som kan täcka in det man vill undersöka. Förlagskunskap är ett tvärvetenskapligt ämne vilket innebär att det är vanligt förekommande med en sammanvävning av teorier från olika områden, vilket dessutom är ett effektivt sätt att studera och analysera den komplexa och mångdimensionella värld som bokmarknaden är.<sup>10</sup> Av denna anledning kommer vi att anknyta till utvalda delar av ett par olika teorier som vi anser kan bidra med struktur och samtidigt öppna upp för vidare diskussioner.

Undersökningen kommer till viss del att grundas på litteraturteoretikern Gérard Genettes idéer om paratext, från boken *Paratexts. Thresholds of interpretation*, ursprungligen utgiven 1987. Paratexten är, med Genettes ord, ”what enables a text to become a book and to be offered as such to its readers and, more generally, to the public”; de oftast yttre egenskaper som presenterar verket och som tillsammans med innehållet skapar mening och värde.<sup>11</sup> Paratexten kan ha många skepnader och måste i praktiken inte vara synlig: den är oftast textuell men kan även vara bildlig eller ”a fact whose existence alone, if known to the public, provides some commentary on the text and influences how the text is received”.<sup>12</sup> Mer konkret rör det sig bland annat om omslag, titel, format, typografi, säljmaterial och intervjuer med författaren. Kort och gott kan all kontext som omger ett verk fungera som paratext, men ett kriterium är att det finns en aktiv avsändare (förlag eller författare) som ansvarar för innehållet, och en mottagare (läsaren eller allmänheten).<sup>13</sup>

Förekomsten av paratext är något absolut och mellan text och paratext råder ett evigt förhållande, ”a text without a paratext does not exist and never has existed”.<sup>14</sup> Genom

---

<sup>10</sup> Murray

<sup>11</sup> Genette, s. 1

<sup>12</sup> Genette, s. 7

<sup>13</sup> Genette, s. 8f

<sup>14</sup> Genette, s. 3

paratexten får läsaren en första uppfattning om ett verk, som en inbjudan till läsning, varför detta är ett viktigt medel för förlagen att verka genom. På så vis fungerar paratexten som en slags sluss mellan läsare och verk, en gräns som läsaren kan ta steget över eller vända tillbaka vid; därav Genettes genomgående liknelse om paratext som *thresholds*.<sup>15</sup> Paratext verkar på ett mer eller mindre medvetet plan: ”The effect of the paratext lies very often in the realm of influence - indeed, manipulation - experienced subconsciously.”<sup>16</sup>

Inom paratexten finns två kategorier som kallas för *peritext* och *epitext*, begrepp som återkommer i uppsatsen. I peritext inräknas ett verks fysiska egenskaper, men också sådana ”rumsliga” egenskaper som är tätt förknippade med objektet boken i sig. Omslag, format, papper och typografi går in under kategorin ”förlagets peritext” och är det vi i första hand kommer att undersöka.<sup>17</sup> Titlar är även av största vikt då de representerar och påverkar verket på många vis. De har genom språklig utformning och placering på och i boken både en deskriptiv och identitetsgrundande funktion samtidigt som de gärna ska locka till att läsa eller köpa verket.<sup>18</sup> Epitext motsvarar i sin tur paratextuella element som inte är materiellt (eller immateriellt) bundna till verket utan sker utanför det. Det inbegriper bland annat intervjuer, seminarier, uppläsningar, TV- eller radioprogram, säljmaterial etcetera. Den epitext vi kommer att förhålla oss till är det Genette kallar för ”förlagets epitext”, vars funktion är ”basically marketing and ’promotional’”.<sup>19</sup> I praktiken innebär det exempelvis katalogtexter, hemsidor och säljmaterial.

Genette argumenterar för att ett verks fysiska och yttre egenskaper har stor betydelse för uppfattningen av innehållet. Detta är ett stort steg bort från de mer traditionella litteraturvetenskapliga tankarna om verket som något immateriellt och oberoende av yttre omständigheter, och närmar sig snarare en bokhistorisk synvinkel där man studerar boken som objekt hellre än litteraturens tematiska innehåll. Dock anser Genette inte att texten på något vis är underordnad sin paratext; han konstaterar enbart att paratexten är en funktion som på ett effektivt sätt kan tjäna texten: ”The paratext is only an assistant, only an accessory of the text”<sup>20</sup>. Men även om Genette till syvende och sist betraktar texten som kärnan i verket – och författaren som textens yttersta avsändare – är det ändå tydligt att han genom att framhäva paratextens funktion och betydelse erkänner förlaget som en viktig medskapare av litteratur.

---

<sup>15</sup> Genette, s. 2

<sup>16</sup> Genette, s. 409

<sup>17</sup> Genette, s. 16-36

<sup>18</sup> Genette, s. 76-94

<sup>19</sup> Genette, s. 344-347

<sup>20</sup> Genette, s. 410

Genette fördjupar sig gärna i äldre tider – de exempel som var moderna vid skrivandet av boken är inte längre så moderna – men det innebär inte att hans idéer är desto mindre väsentliga för en studie av litteratur idag. På liknande vis är faktumet att idéerna knyter an till litteraturvetenskapen och främst är avsedda att användas inom det området inte synonymt med att det är irrelevant att använda paratextbegreppet i en studie ur ett bokmarknadsperspektiv. Tvärtom kan man genom att utgå från paratextuell terminologi och struktur upptäcka vissa egenskaper och förhållanden som annars riskerar att gå förbisedda. Idéerna om paratext är mycket detaljerat utformade och det här nämnda är enbart en bråkdel av de element som Genette intresserar sig för, men presenterar och sammanfattar den användning av idéerna som förekommer i denna uppsats.

För att på ett tydligt och relevant sätt kunna applicera Genettes begrepp på en undersökning av företeelser på bokmarknaden har vi använt boken *Marketing Literature*. Den är skriven av Claire Squires, professor i Publishing Studies vid Stirling University, och hon använder sig delvis av paratextbegreppet i sin undersökning om marknadsföringens betydelse i skapandet av den genre hon kallar *literary fiction*. Squires väljer att som en delstudie undersöka ett antal verks materiella egenskaper på liknande vis som kommer göras med crossoverböcker i denna uppsats. Hon kopplar tydligt paratextidéerna till ett marknadsföringsperspektiv och menar att det är i marknadsföringen, tätt sammanbundet med paratexten, som förlaget kan förvandla ett litterärt verk till en säljbar produkt.

Squires fördjupar sig även i vad genre är och hur genre på bokmarknaden blir till och används. Genom sin fallstudie kommer hon fram till att ”genre definitions are made, at least in part, through the material form of the book”.<sup>21</sup> Om detta stämmer är med andra ord förlaget, som skapare av bokens materialitet och verksamt genom sin marknadsföring, om inte styrande så åtminstone synnerligen delaktigt i skapandet av genre. Squires fördjupar sig särskilt i förhållandet som råder mellan marknadsföring och genre, och slutsatsen av hennes analys är att genre till stor del definieras av marknadsföring.<sup>22</sup> Då *Marketing Literature* berör flera av de frågor som tas upp i denna uppsats kommer boken vara en återkommande referens, särskilt i fråga om förlagens och marknadsföringens funktion i skapandet av genre på bokmarknaden. Eftersom det finns relativt lite för detta sammanhang användbar forskning om marknadsföring av litteratur kommer Claire Squires bok att utgöra de marknadsföringsidéer som uppsatsen förhåller sig till.

---

<sup>21</sup> Squires, Claire. *Marketing Literature. The Making of Contemporary Writing in Britain*. Palgrave Macmillan, Hampshire/New York 2009, s. 83

<sup>22</sup> Squires, s. 84

Eftersom detta på många vis är en uppsats som handlar om genre är det relevant med en kommentar om det som kallas *genreteori*. Detta kan sammanfattas som ett område framförallt grundat på teorier som används inom litteratur- och filmvetenskap och andra hermeneutiska (tolkningsinriktade) ämnesområden. Enligt antologin *Genreteori* från 1997, redigerad av Eva Hættner Aurelius och Thomas Götselius, kan genreteori inte definieras som någon enhetlig teori med vissa gemensamma grundstenar. Snarare utgörs genreteori, precis som nämnda antologi, av ett antal teoretiker och forskare som var och en analyserar genrernas vara och betydelse på sitt eget sätt.<sup>23</sup>

På bokmarknaden definieras och används genre på ett annat vis än inom litteraturvetenskapen. Squires skriver att genre är ”one of the primary means by which authors and readers communicate”<sup>24</sup> och som på bokmarknaden främst används för att kategorisera litteratur och signalera till läsaren vilken typ av bok ett verk är.<sup>25</sup> Även om denna definition till viss del utgår från den litteraturvetenskapliga genreteorin har den ett annat fokus på funktion, det vill säga vad genre kan användas till. Det finns med andra ord många sätt att se på vad genre är, vilket är tydligt i fallet med crossover. Denna kategori betraktas av vissa som en litterär genre och av andra som en marknadsföringskategori. Några anser att den kan vara både och. Snarare än att ta ställning i frågan om crossover är eller inte är en genre kommer vi att fokusera på den betydelse genreindelning och kategorisering har i förmedlingen av crossoverlitteratur från förlag till läsare.

## **Tidigare forskning om crossoverlitteratur**

Då crossoverbegreppet först på senare år har dykt upp i Sverige är det inte särskilt förvånande att det råder brist på forskning inom området, varför denna uppsats på sätt och vis rör sig på outforskat område. Därmed inte sagt att begreppet och fenomenet crossover inte talas om i en mängd andra sammanhang, utanför den akademiska världen. Det finns en hel del journalistiskt material om crossover, särskilt från 2011 och framåt, då det verkar som crossoverdiskussionen verkligen satte fart. Crossoverlitteratur har de senaste åren uppmärksammats på många håll, både inom bokbranschen och utanför, bland annat på olika tidningars kultursidor, på bokbloggar och i andra sammanhang i media och på internet.

Två av de mer djupgående texterna är Nils Pennlerts reportage ”Läsarna som aldrig vill bli stora” ur branschtidningen *Svensk Bokhandel* som mer eller mindre är en sammanställning av

---

<sup>23</sup> Hættner Aurelius, Eva; Götselius, Thomas (red.). *Genreteori*. Studentlitteratur, Lund 1997, s. 6

<sup>24</sup> Squires, s. 70

<sup>25</sup> Squires, s. 70-74

vad olika personer som arbetar med crossover tycker och tänker om fenomenet; samt artikeln ”En bok för alla” ur *Svenska Dagbladet* där kulturskribenten Elise Karlsson resonerar kring ungdoms- och crossoverlitteraturens popularitet och de svårigheter genrerna kan möta. I båda artiklarna diskuteras vad som kan ha skapat crossoverfenomenet och vad betydelsen kan vara i det långa loppet, men det ges inga absoluta svar, vilket i och för sig är naturligt i detta tidiga stadium. Bilden av crossover som trend som målas upp av Pennlert och Karlsson är överlag positiv, särskilt hos Karlsson som tydligt uppmuntrar till crossoverläsning: ”Det är dags att sluta se crossoverlitteraturen som ett potentiellt problem [---] Fler borde öppna ögonen för all den storslagna gestaltning och alla de viktiga berättelser som gömmer sig bakom etiketten ’ungdomsroman’”<sup>26</sup>. Men i båda artiklarna uppmärksammas crossoverkategorins centrala problem med att på olika vis gå emot bokmarknadens invanda mönster.<sup>27</sup>

Det är framförallt dessa och andra snarlika källor som kommer att användas i den mån det hänvisas till publicerat svenskt material om crossoverlitteratur. I övrigt används till största delen engelsk och amerikansk forskning, eftersom där finns ett mycket större utbud av akademiskt material med fokus på vårt intresseområde. På den anglosaxiska bokmarknaden har crossoverlitteratur uppmärksammats under en längre period och på engelska skrivs relativt mycket om fenomenet, i både akademiska och andra sammanhang. Även om den svenska bokmarknaden skiljer sig i struktur och storlek från den anglosaxiska kan forskning om förhållanden på den anglosaxiska marknaden vara av intresse att studera, då liknande trender ofta upprepas i Sverige.

Två böcker som kommer användas är *The crossover novel: Contemporary children's fiction and its adult readership* av Rachel Falconer samt *Crossover fiction: Global and historical perspectives* av Sandra L. Beckett, båda är från 2009 och ingår i Routledges serie ”Children's literature and culture”. Falconer berör främst den brittiska marknaden och den nutida crossovertrenden genom att reflektera kring vad som kan ligga bakom de senaste årens explosion av crossoverläsning, det vill säga vuxnas läsning av ungdomslitteratur. En bidragande faktor tycks vara en alltmer aktiv marknadsföring av ungdomsböcker, men Falconer anser att det krävs ett vidare perspektiv för att verkligen komma underfund med orsakerna. Olika åldersgrupper har destabiliserats på grund av större samhälleliga omvälvningar, som i sin tur är en konsekvens av bland annat teknologisk utveckling. Falconer frågar sig också vilka böcker och genrer det är som lockar vuxna till ungdomsboksvärlden, och gör djupdykningar i ett antal crossovertitlar för att studera deras marknadsföring,

---

<sup>26</sup> Karlsson, Elise. ”En bok för alla.” *Svenska Dagbladet*, 27 jan 2013

<sup>27</sup> Karlsson; Pennlert, Nils. ”Läsarna som inte vill bli stora.” *Svensk Bokhandel*, nr 12 2012

mottagande och innehållsmässiga tematik. Hon konstaterar att även om det råder en stor spridning inom kategorin så är det liknande teman som verkar locka både unga och vuxna: stora, filosofiska frågor och ett ständigt ifrågasättande av livet och världen omkring oss.<sup>28</sup>

Beckett har i sin tur ett vidare perspektiv och tar upp crossover i olika tider och länder och i många olika former. Hon skriver bland annat om fantasy som en crossovergenre, vuxenförfattare som börjar skriva för barn och ungdomar, och bokbranschens inställning till crossoverfenomenet. Hennes främsta poäng verkar vara att crossoverlitteratur inte är något som är speciellt för vår tid, och inte heller begränsar sig till den anglosaxiska marknaden. Det som är nytt är ”the hype and the media attention that [crossover literature] has been receiving in recent years.”<sup>29</sup> Beckett för ett kortare resonemang om vad orsakerna till och konsekvenserna av den nya crossovervågen är, men det hon mest ägnar sig åt är att diskutera de olika typer av crossover som finns, globalt och historiskt, och hur författare, förlag och media har förhållit sig till dessa.

Dessa båda forskare verkar vara de som hittills har fördjupat sig mest i just crossoverlitteratur, och har i flera andra sammanhang skrivit kortare och mer sammanfattande artiklar om ämnet, exempelvis har Falconer bidragit med ett kapitel i *International Companion Encyclopedia of Children's Literature* och Beckett ett motsvarande i antologin *Keywords for Children's Literature*.<sup>30</sup> Värt att kommentera är att Falconer, Beckett och många andra som skriver om crossover är litteraturvetare. Forskningen sker även oftast inom den litteraturvetenskapliga inriktningen barnlitteratur, vilket tyder på att de som främst intresserar sig för fenomenet har en bakgrund inom just barn- och ungdomslitteraturen. Som litteraturvetare berör forskarna ofta böckernas innehåll och teman, vilket vi inte kommer att förhålla oss till närmare då det ligger utanför ämnet förlagskunskap. Visserligen skrivs en hel del i dessa texter om hur litteratur kan nå sina läsare och om marknadsföring av crossover eller närliggande kategorier, till exempel young adult, men det sker ofta med tydlig profilering på den anglosaxiska marknaden. Renodlad forskning om crossover som genre eller kategori ur ett bokmarknadsperspektiv verkar det generellt sett vara ganska ont om, oavsett språkområde.

---

<sup>28</sup> Falconer 2009, s. 187-189

<sup>29</sup> Beckett 2009, s. 14

<sup>30</sup> Falconer, Rachel. ”Crossover literature” i Hunt, Peter (red.), *International Companion Encyclopedia of Children's Literature*, Taylor and Francis, Hoboken 2012; Beckett, Sandra L. ”Crossover Literature” i Nel, Philip och Paul, Lissa (red.) *Keywords for Children's Literature*, New York University Press, New York/London 2011

## Crossover på bokmarknaden: förlag, genre och paratext

I följande avsnitt kommer de frågor som ställdes i syftet att diskuteras. I första hand kommer undersökningen av primärmaterialen ligga till grund för resonemanget, men vi kommer även att förhålla oss till den sekundärlitteratur vi finner lämplig. Med avstamp i en mer övergripande beskrivning av hur crossover växt fram samt hur situationen ser ut idag kommer vi sedan in på hur olika förlag mer konkret definierar, arbetar med och bidrar till skapandet av crossover. Betydelsen av genre på bokmarknaden och behovet av kategorisering kommer att diskuteras innan resultaten av undersökningen av de sex verkens paratext mer detaljerat presenteras och analyseras på olika vis.

### Crossover då och nu

På engelska kan begreppet crossover, åtminstone i teorin, användas om vilken litteratur som helst som läses av en annan grupp än den tilltänkta målgruppen. I praktiken handlar dock gränserna som korsas oftast om ålder, och i de flesta sammanhang har crossover blivit synonymt med den betydelse som används i den här uppsatsen – barn- och ungdomsböcker som läses av vuxna. Begreppet, som i den här betydelsen började användas i Storbritannien i samband med att Harry Potter-böckerna blev populära runt millennieskiftet, föregicks av och används parallellt med en mängd andra, liknande uttryck, till exempel kiddult, young adult, allålderslitteratur och new adult literature.<sup>31</sup>

Även om crossover är relativt nytt i den mening ordet har idag är det inte ett nytt fenomen att vuxna läser ungdomsböcker. Rachel Falconer diskuterar i *The Crossover Novel* den starka brittiska traditionen av barnböcker som läses och uppskattas av vuxna, och nämner bland annat C.S. Lewis, A.A. Milne, Roald Dahl och Lewis Carroll som exempel. Enligt Falconer har denna tradition banat väg för de senaste årens crossovervåg, där många av de största och tidigaste succéerna har kommit från just Storbritannien.<sup>32</sup> Men även i Sverige finns en historia av barnböcker som läses av människor i alla åldrar, ibland under namnet allålderslitteratur. Ett exempel är Tove Jansson, vars böcker om Mumindalen har blivit något av en kultklassiker bland både unga och vuxna.<sup>33</sup>

Ett annat exempel på crossover är sagor, som Sandra L. Beckett beskriver som "[o]ne of the oldest and most universal forms of crossover literature". Sagorna var en del av ett muntligt

---

<sup>31</sup> Beckett 2009, s. 7; Falconer 2009, "Kiddults at large"

<sup>32</sup> Falconer 2009, "Kiddults at large"

<sup>33</sup> Beckett 2009, s. 94-96



berättande som vanligtvis inte gjorde skillnad på historier för barn och vuxna.<sup>34</sup> Det här är dock inte exklusivt för sagor utan gäller för större delen av litteraturhistorien. Den skarpa uppdelningen mellan barnlitteratur och vuxenlitteratur som vi har idag är en modern idé från 1900-talet.<sup>35</sup> Ungdomslitteraturen är ännu nyare; ungdomsböcker som vi känner dem idag uppstod först när man började tala om ungdomar och framförallt tonåringar som en grupp som skiljde sig från både barn och vuxna, i mitten av 1900-talet.

De senaste decennierna har det inom andra medier än det litterära funnits många verk som tilltalat både barn, ungdomar och vuxna. Ett exempel är amerikanska tv-serier om high school-ungdomar som uppskattats lika mycket av vuxna som av tonåringar (bland annat *Buffy the Vampire Slayer* och *Mitt så kallade liv*), George Lucas Star Wars-filmer är ett annat. På senare år har animerade filmer och tv-serier fått ett uppsving hos den vuxna publiken, både när det gäller barnfilmer från studios som japanska Ghibli och amerikanska Pixar, men även när det gäller tv-serier för vuxna som använder sig av det med barn associerade animerade formatet, till exempel *South Park* och *The Simpsons*. Samma sak gäller för tecknade serier i bokform, ofta kallade grafiska romaner för att markera en skillnad från mer lättsamma dagspresstrippar och mer barnsliga serietidningar.

Vilket leder oss fram till den nuvarande crossovertrenden, som startade med J.K. Rowlings fantasyserie om Harry Potter, vars första bok släpptes i Storbritannien 1997 och kom på svenska två år senare. De sju böckerna i serien har sålt i flera hundra miljoner exemplar, men inte bara till barn och unga utan även till många vuxna: ”nearly fifty per cent of the Harry Potter books were bought for adults in 2001” och ”half of the readers are over age thirty-five”.<sup>36</sup> Seriens enorma framgång gjorde att förlagen började leta efter liknande böcker som kunde säljas till läsare i alla åldrar.<sup>37</sup> Den svenska bokmarknaden har sett en liknande utveckling. I ”En bok för alla” skriver Karlsson om hur Sverige tagit efter den anglosaxiska crossovertrenden, först genom ett par enormt framgångsrika verk och sedan på bred front. Hon nämner Jessica Schiefauers *Pojkarna* (2011) och tidigare nämnda *Cirkeln* som böcker som fått crossover att bli synligt i Sverige, och Mix Förlag, X Publishing och Gilla Böcker som förlag som arbetar med den här typen av litteratur.<sup>38</sup>

---

<sup>34</sup> Beckett 2009, s. 4

<sup>35</sup> Beckett 2009, s. 87

<sup>36</sup> Beckett 2009, s. 111

<sup>37</sup> Falconer 2009, ”Kiddults at Large”; Beckett 2009, s. 1, 14, 111f

<sup>38</sup> Karlsson

## Dagens crossovertrend

Men varför har crossoverläsning blivit så uppmärksammat just nu? Frågan är långt ifrån enkel att besvara men inte desto mindre viktig att reflektera kring, även om det inte är en av uppsatsens huvudsakliga frågor. För att kunna förstå varför crossoverböcker ser ut som de gör och varför förlagen arbetar som de gör med dem behöver vi förstå vad det är med crossoverlitteraturen som lockar läsare i olika åldrar. De som egentligen kan svara på den frågan är läsarna själva, eftersom de är orsaken till att fenomenet har uppmärksammats på så många håll, men det spekuleras en hel del i frågan inom branschen.

Det finns många olika tankar om varför crossoverlitteraturen har blivit så populär just nu, och vad svaret blir beror ofta på om den som tillfrågas är positivt eller negativt inställd till utvecklingen. Kritikerna av crossoverfenomenet menar att barnböcker bara är till för barn och att vuxna människors böjelse för böcker om tonåringar tyder på en infantilisering av samhället.<sup>39</sup> I en text i *The New York Times* skriver krönikören Joel Stein att ”The only time I’m O.K. with an adult holding a children’s book is if he’s moving his mouth as he reads” och senare även att ”I’ll read ’The Hunger Games’ when I finish the previous 3,000 years of fiction written for adults”.<sup>40</sup> Steins text är visserligen raljant, men han uttrycker en inte alltför ovanlig åsikt: att vuxna inte har med barn- och ungdomslitteratur att göra. Han visar också upp en annan vanlig åsikt hos crossoverfenomenets belackare, nämligen den om att litteraturen är en seriös konstform, upphöjd över filmer och tv-spel (vilket Stein nämner som exempel på underhållning för unga som han tycker att det är acceptabelt att även vuxna tar del av).

Även de som förhåller sig mer positiva till crossovereffekten talar om hur vuxenblivandet kryper upp i åldrarna. Både Catharina Wrååk, förläggare på Mix Förlag, och Marie Augustsson, förläggare på Rabén & Sjögren, nämner att crossoverlitteraturen kan tala till vuxna människor som upplever att de befinner sig i ett mellanland mellan ungdom och vuxenliv.<sup>41</sup> Wrååk skriver: ”det tar tid idag att skaffa de vanliga ’vuxenattributen’ som egen lägenhet och fast arbete. Unga lever i rotlöshet längre, och det innebär annorlunda problem och funderingar.”<sup>42</sup>

---

<sup>39</sup> Bjärbo, Lisa; bloggare, författare och journalist. Intervju, 6 maj 2013

<sup>40</sup> ”Adults should read adult books”, Joel Stein, *The New York Times*, 23 maj 2012, <http://www.nytimes.com/roomfordebate/2012/03/28/the-power-of-young-adult-fiction/adults-should-read-adult-books>, hämtad 16 maj 2013

<sup>41</sup> Augustsson, Marie; förläggare Rabén & Sjögren. Intervju, 14 maj 2013; Wrååk, Catharina; litterär chef Mix Förlag. Intervju, 14 maj 2013

<sup>42</sup> Wrååk

Många tar upp att ungdomslitteraturen i sig har förändrats på senare år. Kategorin har utvecklats både till form och innehåll och det är inte längre lika tydligt vad som är en ungdomsbok. På frågan om varför hon tror att crossoverläsning är populärt svarar Lisa Bjärbo:

Jag tror mest det handlar om att den här typen av böcker har blivit så ohyggligt mycket bättre på sistone. När jag själv var tonåring fanns det knappt några ungdomsböcker att tala om. Det var några giganter som skrev väldigt bra böcker (Per Nilsson, Peter Pohl, Mats Wahl), men i övrigt var ungdomslitteraturen nästan ingenting, och det pratades inte så mycket om den. Nu för tiden finns det (jämförelsevis) hur mycket som helst att välja mellan när det kommer till ungdomslitteratur, olika typer av böcker, stilar, ämnen, språk. Jag är kanske partisk, men jag tycker det känns som om ungdomslitteraturen är levande, pigg, experimentell och välmående om man jämför med andra typer av böcker. Och det ökar naturligtvis chanserna för att det ska poppa upp guldkorn i utgivningen som sträcker sig över åldrarna och når ut brett.<sup>43</sup>

Ada Wester, förläggare på Gilla Böcker, är inne på samma spår men tror det beror på att förlagen har nya sätt att se på ungdomslitteratur och hur en ungdomsbok ska vara:

Men till exempel Jenny Jägerfelds *Här ligger jag och blöder*, som var en av de första böckerna vi gav ut, som också fick Augustpriset 2010. Där var det många vuxna som sedan när de hade läst den, efter att den hade fått priset sade att 'men är det här verkligen en ungdomsroman, den här gillade ju jag, den här var ju för mig'. Jag tror att det har varit så mer förut, att de böcker som handlar om ungdomar och har tillräckligt hög kvalitet har man då ofta valt att ge ut som vuxenromaner vilket ju liksom urvattnar genren. Att idag så finns det en trend att behålla det, liksom, behålla de bästa böckerna inom genren, vilket istället höjer statusen för ung vuxen-genren.<sup>44</sup>

Men alla som har ungdomslitteraturen i sitt intresse är inte automatiskt odelat positiva till en vuxen läsning av denna. Det nämndes tidigare att det ofta är barnlitteraturforskare som intresserar sig för crossover, men det innebär inte att alla med en bakgrund i barnlitteraturen är välvilligt inställda till fenomenet. Det finns barnlitteraturforskare som kritiserar förekommandet av crossoverläsning bland annat på grund av att vuxna anses inkräkta på de ungas område och bli ett hot mot barnlitteraturen i sig: "If adults colonise children's fiction,

---

<sup>43</sup> Bjärbo

<sup>44</sup> *Lundströms bokradio*, radioprogram, Sveriges Radio P1, 26 januari 2013, <http://sverigesradio.se/sida/avsnitt/144985?programid=4381>. Transkriberat av författarna.

there will be nothing left for children to call their own.”<sup>45</sup> Även om vissa anser att crossoverläsning kan höja statusen för ungdomsböcker finns med andra ord en motsatt åsikt, att vuxna snarare kan förstöra det som bör tillhöra de yngre genom att vilja ta del av den ungdomliga kulturen.

## Förlagen och crossover

Den svenska förlagsvärlden utgörs av ett myller av större och mindre aktörer som arbetar på väldigt olika vis och med en mängd olika profiler. Men den senaste tiden har en tendens kunnat ses i ett större fokus på crossover- och ung vuxen-litteratur på många håll inom branschen. Två av de fem förlag som ingår i denna undersökning grundades med en uttalad inriktning mot crossover, X Publishing och Mix Förlag. Båda är relativt nystartade, X Publishing gav ut sin första titel 2007 och Mix Förlag startade upp hösten 2011. Innan dess har det inte funnits några förlag med en liknande profil på den svenska bokmarknaden. Dessa båda förlags relativt täta uppdykande är i sig ett tecken på att crossover är en trend just nu och en liknande utveckling har kunnat ses i andra länder de senaste åren.<sup>46</sup>

Mix Förlag, som är ett imprint under Bonnierförlagen, startade som ett renodlat crossoverförlag. Beskrivningen på förlagets hemsida lyder kort och gott: ”MIX Förlag - Ett nytt förlag för crossover-litteratur”.<sup>47</sup> Tillhörande Sveriges största förlagsgrupp har Mix Förlag en helt annan ekonomisk stabilitet än små aktörer som X Publishing och Gilla Böcker. Mix Förlag har jobbat med crossover i en något annorlunda definition och valde att profilera sig ”mot unga människor som själva inte ser sig som vuxna – förrän de är runt 30”.<sup>48</sup> Själva profilen var med andra ord snarare målgruppen ungdomliga vuxna, och Mix Förlag inriktade sig på att ge ut både romaner och e-noveller i en blandning av genrer som skulle tilltala dessa läsare. En snabb genomgång av Mix Förlags utgivning av tryckta böcker de senaste åren visar att förlaget främst givit ut urban fantasy, science fiction, skräck och annan fantastisk litteratur, men också realistiska böcker som *Något måste hända nu*. Orsaken till att vi skriver i dåtid angående Mix Förlags crossoverutgivning är att vi i en intervju med förlagets litterära chef Catharina Wrååk fick veta att förlaget har bytt inriktning, efter bara drygt ett år med crossoverprofil. ”Våra romaner har haft väldigt svårt att nå fram till sina läsare”, förklarar

---

<sup>45</sup> Falconer 2009, s. 31

<sup>46</sup> Kirch, Claire. ”Two adult houses launch YA imprints.” *Publisher's Weekly*, 23 augusti 2012, <http://www.publishersweekly.com/pw/by-topic/childrens/childrens-industry-news/article/53624-two-adult-houses-launch-ya-imprints.html>, hämtad 17 juni 2013; Kirch, Claire. ”New children's imprints from powerhouse and Akashic.” *Publisher's Weekly*, 30 april 2013, hämtad den 17 juni 2013

<sup>47</sup> ”Om oss”. Mix Förlag. <http://www.mixforlag.se/omoss.html>, hämtad 3 maj 2013

<sup>48</sup> Winkler, Lasse. ”Ett drivhus för framtiden.” *Svensk Bokhandel*, nr 9 2012

Wrååk och berättar att de framöver tänker satsa på en mer vuxen romanutgivning, vilket kommer märkas tydligare under nästa år.<sup>49</sup>

X Publishing beskriver sig på sin hemsida som ”crossoverförlaget mellan din värld och den andra. Vi står envist och resolut på en kvalitativ grund, med förhoppning om att ge ut böcker som dunderar in i hjärtat.”<sup>50</sup> Men även om de kallar sig för ett crossoverförlag har de inte gått så långt som att sätta crossover som etikett på böckerna, bland annat för att det inte är praktiskt möjligt när det kommer till klassificering i bokhandel eller litteraturstödsansökan. Hanna Larsson, förläggare och en av X Publishings grundare, säger i *Svensk Bokhandel*: ”Tills vidare ser jag det inte som nödvändigt att sätta crossoverbeteckning på titlarna, men att vår profil och utgivning betecknas crossover.”<sup>51</sup> Vad som motsäger detta uttalande något är att många böcker på X Publishings hemsida har beteckningen ”Crossover / Roman”, vilket tyder på att förlaget antingen har ändrat inställning till detta eller anser det vara motiverat att kategorisera sina titlar på det viset just på hemsidan.<sup>52</sup>

Mix Förlags och X Publishings utgivningslistor bevisar att det inom kategorin crossoverlitteratur kan ingå en mängd olika genrer. Dock är utgivningen begränsad till vad personerna bakom förlagen anser vara crossover. Begreppet är nytt och det finns ingen glasklar och allmän definition av vad det faktiskt innebär, vilket leder till att olika aktörer kan använda begreppet lite hur de vill för att uppfylla sina egna syften. Men oavsett hur dessa båda crossoverförlag själva definierar begreppet är de de enda förlag i denna undersökning som med säkerhet har eller har haft för vana att tänka ”crossover” i paketeringen och marknadsföringen av sina titlar.

Gilla Böcker, grundat 2010, har gett ut många titlar som lästs av unga såväl som vuxna, men till skillnad från tidigare nämnda förlag är detta inte en uttalad strävan från förlagets sida. De beskriver sin vision så här: ”Vi ger ut böcker att längta till, böcker att rekommendera med orden ’Lyckliga du som ännu inte har läst den här’. Vi ger ut god underhållning, helt enkelt böcker att gilla!”<sup>53</sup> Majoriteten av Gilla Böckers utgivning kategoriseras av förlaget som ung vuxen-litteratur, även om de också ger ut traditionella vuxenböcker, och de tas ofta upp i crossoversammanhang.<sup>54</sup> Crossovereffekten skulle i Gilla Böckers fall kunna betraktas som en uppskattad bonus istället för ett avsiktligt mål. Snarare än att rikta sig till en dubbel målgrupp

---

<sup>49</sup> Wrååk

<sup>50</sup> ”Om X”, X Publishing, [http://www.xpublishing.se/?page\\_id=2223](http://www.xpublishing.se/?page_id=2223), hämtad 3 maj 2013

<sup>51</sup> Pennlert

<sup>52</sup> ”Böckerna”, X Publishing, [http://www.xpublishing.se/?page\\_id=2180](http://www.xpublishing.se/?page_id=2180), hämtad 26 maj 2013

<sup>53</sup> ”Förlaget”, Gilla Böcker, <http://www.gillabocker.se/forlaget.html>, hämtad 3 maj 2013

<sup>54</sup> Pennlert; Karlsson

har förlaget en utgivningsprofil som prickar in den typ av litteratur som ofta blir crossoversuccéer: böcker som är lätta att ta till sig och får läsaren att ”känna något”

Två andra förlag som bör nämnas är Pocketförlaget och Månocket, som har gett ut Engelsfors-trilogin och Hungerspelen-trilogin i pocket. Dessa förlag är onekligen intressanta ur crossoversynpunkt, då de båda har uppmärksammat denna typ av litteratur. Pocketförlaget har en särskild flik på sin hemsida för ”Unga läsare” (vilket de definierar som ”alla från 13 till 30”), med böcker ”som vi tror passar alla, som på något sätt berör”, för läsare ”som gillar starka känslor, utmaningar och upplevelser.”<sup>55</sup> Därifrån kan man klicka sig vidare till ett utbud av böcker som Pocketförlaget anser passa dessa läsare, där bland annat *Cirkeln* finns.<sup>56</sup>

Månocket har i sin tur en särskild kategori som de kallar just ”Crossover” och som är deras enda kategori med en egen sida. Sidan verkar vara ganska nystartad då de äldsta böcker som finns där är från hösten 2012. Crossoverutgivningen beskrivs bland annat:

Ibland dyker det upp böcker som bryter gränser. Som vägrar passa in i givna mallar och som genom sitt egensinne eller sin allmängiltighet vinner läsare bland både gamla och unga. [...] Det är vår övertygelse att ålder inte avgör vad som är en bra bok och det är vår förhoppning att fler ska våga bryta gamla vanor och hitta nya, oförglömliga läsoplevelser. Månocket har samlat denna utgivning under namnet *crossover*. Det är böcker ur olika genrer som alla har gemensamt att de läses och älskas av såväl vuxna som ungdomar.<sup>57</sup>

Det kan alltså konstateras att Sveriges två ledande pocketförlag på ett tydligt sätt har engagerat sig i crossoverlitteraturen. Tillsammans med övriga förlag som diskuterades ovan tyder detta på att crossovertrenden otvivelaktigt är utbredd på många håll i den svenska förlagsvärlden.

## Genre och kategorisering på bokmarknaden

Inom litteraturvetenskapen är genre ”ett teoretiskt komplicerat begrepp och en fråga om litterära konventioner, värderingar, social placering, stilistik med mera”.<sup>58</sup> På bokmarknaden ligger fokus snarare på den funktionella aspekten av genre, och genrebeteckning handlar i första ledet om att göra klart vilka förväntningar läsaren bör ha.<sup>59</sup> Genrebegreppet fungerar

<sup>55</sup> ”Unga läsare”, Pocketförlaget, <http://www.pocketforlaget.se/page.asp?pageID=2683>, hämtad 20 maj 2013

<sup>56</sup> ”Böcker”, Pocketförlaget, <http://www.pocketforlaget.se/group.asp?catID=1661>; ”Diskussionsmaterial”, Pocketförlaget, <http://www.pocketforlaget.se/files.asp?catID=1662>, hämtade 20 maj 2013

<sup>57</sup> ”Crossover”, Månocket, <http://www.manocket.se/Bocker/crossover/>, hämtad 20 maj 2013

<sup>58</sup> Steiner, Ann. *Litteraturen i mediasamhället*. Studentlitteratur, Lund 2012, s. 107

<sup>59</sup> Steiner, Ann. ”Klassiker, fantasy och sanna berättelser - marknadens genrebeteckningar.” *Ord&Bild*, nr 3 2010

således som den *threshold* som Genette menar att paratexten är, ett första möte med det litterära verket och en chans att få en känsla för ifall man vill kliva in eller gå därifrån, för att fullfölja Genettes tröskelmetafor.

I en artikel om bokmarknadens genrebeteckningar skriver Ann Steiner, litteraturvetare och lektor i förlagskunskap, att antalet titlar som ges ut har ökat så kraftigt de senaste åren att många idag talar om en överutgivning. När det ges ut fler och fler boktitlar ökar behovet av att kunna sälla och dela upp för utbudet möjligt att hantera. Här blir genreetiketterna ännu viktigare än tidigare, för alla aktörer på bokmarknaden. För förlagen är genre ett sätt att marknadsföra sina böcker till läsare, återförsäljare och bibliotek, eftersom en bok genast tillskrivs vissa egenskaper beroende på den genreetikett förlaget valt. För bokhandeln är genre ett sätt att marknadsföra böckerna till sina kunder: ”Genom att guida kunden till eftersökta genrer på olika hyllor kan man skapa intresse för fler titlar och göra det lättare för bokhandelsbesökaren att hitta rätt utan butikspersonal. Det är också ett sätt att lyfta fram specifika genrer som är framgångsrika.”<sup>60</sup> Bibliotekens uppdelning med olika hyllor för olika genrer och åldersgrupper fungerar ungefär likadant. För läsaren blir genreindelningen ett sätt att lättare hitta böcker som hen tycker om.<sup>61</sup>

Ifråga om crossover som genre eller kategori verkar det råda viss förvirring, i alla fall på den svenska bokmarknaden. Begreppet crossover används som sagt ibland synonymt med *young adult* eller *ung vuxen*, men även om begreppen är besläktade finns vissa skillnader. Crossover handlar, i ordets egentliga betydelse, om böcker som ”vandrar över” från en målgrupp till en annan. En bok som från början var tänkt till ungdomar läses sedan av vuxna och blir först då crossover, även om ett förlag kan stämpla en bok som crossover för att signalera att den passar för både unga och vuxna. *Young adult* eller *ung vuxen* handlar snarare om böcker som hamnar mitt emellan dessa båda målgrupper. Skillnaden kan tyckas oväsentlig, men i praktiken kan det betyda olika saker ifråga om till exempel marknadsföring. Att det är svårt att särskilja begreppen är inte särskilt underligt eftersom crossoverböcker ofta är *ung vuxen*-böcker, men det är också givet att arbetet med crossover blir svårare när alla inte menar samma sak med begreppet.

Att som förlag alltför tydligt benämna en bok som crossover kan dessutom ställa till det i förmedlingen till bokhandeln, även om det vanligtvis är brukligt att vara tydlig med etiketten när det gäller andra mer lätthanterliga och utkristalliserade genrer. Det finns en osäkerhet i hur crossoverlitteratur och närliggande kategorier bör presenteras i den fysiska bokhandeln. Den

---

<sup>60</sup> Steiner 2010

<sup>61</sup> Ibid

svenska bokhandeln är inte konstruerad för att inkludera böcker som söker bli placerade mittemellan ungdoms- och vuxenlitteratur, eller som strävar efter att nå läsare från båda grupper. Angående crossoverböcker säger Catharina Wrååk att det ”inte riktigt finns någon beredskap att ta hand om dessa böcker, vare sig i bokhandeln eller på biblioteken. Det råder stor förvirring om ifall de ska kategoriseras som barnböcker eller vuxenböcker”.<sup>62</sup>

Än så länge verkar inte den svenska bokhandeln vara redo för en crossoverkategori, även om förlagen och läsarna är det. Bokhandeln är en viktig länk i bokens väg från producent till konsument och det borde rimligtvis ligga i bokhandelns intresse att läsarna så enkelt som möjligt ska hitta de böcker de är intresserade av, men frågan är hur det skulle kunna lösas på bästa sätt. En idé är att röra sig bort från åldersindelningen i bokhandeln, vilket Karin Lemon resonerar kring:

Gärna skapa åldersöverskridande **genrehyllor** istället för att bara placera efter ålder. Det är verkligen på tiden och har gjorts i flera år i t.ex. Storbritannien och på SF-bokhandeln. Den som gillar Urban fantasy går till hyllorna där de samlat allt i genren. Helst ska de här crossover böckerna stå på tre ställen: genre, vuxen och ungdom.<sup>63</sup>

Genreindelning i bokhandel och på bibliotek är inget nytt eller obeprövat; fantasy, deckare och lokal litteratur har ofta en separat hyllplacering.<sup>64</sup> När det gäller dessa genrer verkar bokhandel och bibliotek ha accepterat att det på grund av en blandad publik eller någon annan anledning finns en poäng i att samla liknande böcker på samma plats. I nätbokhandlarna finns i praktiken obegränsade kategorimöjligheter, men både Bokus och Adlibris saknar vidare genreindelning för skönlitteratur med undantaget att båda har en särskild flik för deckare. I övrigt är nätbokhandlarna uppbyggda på åldersindelning, precis som den fysiska bokhandeln. Bokus har en kategori som heter ”Tonår” och Adlibris en som kallas ”Tonår & Unga vuxna” samt möjligheten att i sökningar välja åldern 15+.<sup>65</sup> Den åldersindelning som ännu förekommer i både den digitala och den fysiska bokhandeln är ett problem eftersom bokhandeln utgör böckernas väg till läsarna, som i sin tur sällan tar del av böckernas information på förlagens hemsidor. Förlagens egen klassificering gör liten nytta om böckerna inte kan tas emot och presenteras på ett motsvarande vis i bokhandeln. Nätbokhandlarna

---

<sup>62</sup> Wrååk

<sup>63</sup> Lemon, Karin; förläggare Bonnier Carlsen. Intervju, 14 maj 2013

<sup>64</sup> Steiner 2012, s. 111

<sup>65</sup> ”Tonårsböcker”, bokus.com, <http://www.bokus.com/tonarsbocker>, hämtad 27 maj 2013; ”Tonår & Unga vuxna”, Adlibris, <http://www.adlibris.com/se/content.aspx?type=cat&typeid=2&value=9508&age=5060>, hämtad 27 maj 2013



arbetar dock till stor del med rekommendationer, vilket är ett sätt för läsare som tidigare köpt en crossover eller ung vuxen-titel att hitta liknande böcker.

Liknande svårigheter går att finna på flera andra håll på bokmarknaden. Redan i processen att söka litteraturstöd dyker det upp problem då sökande måste välja på barn, ungdom eller vuxen.<sup>66</sup> Samma besvär dyker upp i samband med litterära priser, exempelvis Augustpriset, då förlagen måste välja att anmäla sina böcker i antingen ”den skönlitterära klassen” eller ”barn- och ungdomsboksklassen”.<sup>67</sup> I branschtidningen *Svensk Bokhandels* kataloger över svenska förlags kommande utgivning råder samma uppdelning mellan vuxen och barn/ungdom. För de flesta medelstora eller stora förlag orsakar det här inga större bekymmer; ger man ut böcker för båda grupper finns det inget som hindrar att man finns representerad i båda delar av katalogen. Värre är det för småförlag med både barn- och vuxenböcker som inte vill eller kan ha två annonser. Och faktumet kvarstår att ung vuxen- och potentiella crossoverböcker måste placeras i den ena av katalogens delar, även om böckerna inte riktigt passar in under något av alternativen. Sedan starten har X Publishing och Mix Förlag pendlat mellan att vara representerade på barn/ungdoms- och vuxensidorna. Detta kan bland annat orsaka kontextmässiga krockar då till exempel böcker från förlagens vuxnare utgivning hamnar sida vid sida med bilderböcker eller andra barnsligare titlar från andra förlag.<sup>68</sup> Värt att kommentera är att utgivningskatalogerna är riktade till bokbranschen och att allmänheten sällan eller aldrig kommer i kontakt med dem. Detta betyder dock inte att katalogerna inte är av vikt, då bokhandel och förlagsbransch genom dessa skapar sig en första uppfattning som kommer att påverka den slutliga placeringen av böckerna på hyllorna.

Den inkonsekvens som kan ses i placeringen av crossoverförlag i kataloger och på andra ställen har en sorts motsvarighet i de sex undersökta verkens åldersbenämning, när det gäller den i epitexten tillgängliga informationen. I *Svensk Bokhandels* utgivningskataloger presenteras samtliga svenska originalutgåvor av dessa verk och i de flesta fall står de under någon form av rubrik som indikerar ålder. En liknande ålderskategorisering görs också i de flesta fall på förlagens webbsidor. Det är framförallt unga vuxna och ungdom som förekommer, men kategoriseringen av verken bjuder på flera intressanta observationer. Exempelvis klassas alla tre böckerna i Hungerspelen-trilogin som unga vuxna på sina webbsidor, vilket även *Hungerspelen* och *Fatta Eld* gör i katalogerna, medan *Revolt* i sin

---

<sup>66</sup> Pennlert

<sup>67</sup> ”Anmäl bidrag”, Augustpriset, <http://www.augustpriset.se/anmal-bidrag>, hämtad 15 maj 2013

<sup>68</sup> Karlsson

katalog står under tonår.<sup>69</sup> Samma sak gäller *Förr eller senare exploderar jag* som också etiketteras som unga vuxna på Bonniers Carlsens webbsida men som tonår i katalogen.<sup>70</sup> Detta beror på att Bonnier Carlsen växlar mellan att använda unga vuxna och tonår i katalogerna från säsong till säsong, vilket är en ganska intressant pendling då tonår vanligtvis brukar syfta till yngre läsare än unga vuxna. En annan typ av motsägelsefullhet syns hos böckerna i Engelsfors-trilogin, då både *Cirkeln* och *Eld* kategoriseras som ungdomsböcker i katalogerna, fast med olika rekommenderade åldrar: 14+ för *Cirkeln* och 12+ för *Eld*. På webbsidorna kallas de båda däremot unga vuxna.<sup>71</sup>

*Något måste hända nu* betecknas på Mix Förlags webbsida som ”svensk skönlitteratur” (även om förlaget faktiskt har en kategori som heter ”barn/ungdom”), och saknar klassifikation i katalogen, men själva katalogtexten inleds med orden ”Denna ungdomsbok”.<sup>72</sup> Titelns redaktör Titti Persson, säger att boken riktar sig till läsare från 15 år och uppåt, en något yngre målgrupp än de flesta av Mix Förlag romaner.<sup>73</sup> Varför detta inte är preciserat på webbsidan är oklart; i bokens informationstext står ingenting om att det är en ungdomsbok, men läsaren kan förhoppningsvis utläsa det med hjälp av framsidan samt av utdraget ur boken. *Här ligger jag och blöder* kallas ungdomsroman på Gilla Böckers webbsida, men har ingen åldersbeteckning i katalogen.<sup>74</sup> X Publishing saknar också åldersindelning i katalogerna men *Jellicoe Road* beskrivs som ”Crossover / Roman” på webbsidan, vilket gör *Jellicoe Road* till den enda av de undersökta titlarna som uttryckligen sägs vara crossover i ett så offentligt sammanhang.<sup>75</sup> Det verkar som att X Publishing på sin webbsida har valt att benämna många av sina böcker som ”Crossover / Roman”, och vissa som ”Vuxen / Roman” (det är inte helt

---

<sup>69</sup> ”Hungerspelet”, Bonnier Carlsen, <http://www.bonniercarlsen.se/Bocker/Bokpresentationssida/?Isbn=9789163861031>, hämtad 22 maj 2013; ”Fatta eld”, Bonnier Carlsen, <http://www.bonniercarlsen.se/Bocker/Bokpresentationssida/?Isbn=9789163861178>, hämtad 22 maj 2013; ”Revolt”, Bonnier Carlsen, <http://www.bonniercarlsen.se/Bocker/Bokpresentationssida/?Isbn=9789163861185>, hämtad 22 maj 2013; ”Barnens Böcker 2008”, *Svensk Bokhandel*, nr 9, 2008, s. 109; ”Höstens Böcker 2009”, *Svensk Bokhandel*, nr 12, 2009, s. 74; ”Höstens Böcker 2010”, *Svensk Bokhandel*, nr 12 2010, s. 71

<sup>70</sup> ”Vårens Böcker 2013”, *Svensk Bokhandel*, nr 20 2012, s. 89; ”Förr eller senare exploderar jag”, Bonnier Carlsen, <http://www.bonniercarlsen.se/Bocker/Bokpresentationssida/?Isbn=9789163873669>, hämtad 22 maj 2013

<sup>71</sup> ”Vårens Böcker 2011”, *Svensk Bokhandel*, nr 20 2010, s. 85; ”Vårens Böcker 2012”, *Svensk Bokhandel*, nr 20 2011, s. 62; ”Cirkeln”, Rabén & Sjögren, [http://www.rabensjogren.se/bocker/Utgiven/2011/Var/bergmark-elfgren\\_sara-cirkeln-kartonnage/](http://www.rabensjogren.se/bocker/Utgiven/2011/Var/bergmark-elfgren_sara-cirkeln-kartonnage/), hämtad 22 maj 2013; ”Eld”, Rabén & Sjögren, [http://www.rabensjogren.se/bocker/Utgiven/2012/Var/strandberg\\_mats-eld-kartonnage/](http://www.rabensjogren.se/bocker/Utgiven/2012/Var/strandberg_mats-eld-kartonnage/), hämtad 22 maj 2013

<sup>72</sup> ”Något måste hända nu”, Mix Förlag, <http://www.bonnierforlagen.se/Katalog/Mix/Romaner/Nagot-maste-handa-nu/>, hämtad 26 maj 2013; ”Höstens Böcker 2012”, *Svensk Bokhandel*, nr 12 2012, s. 281

<sup>73</sup> Intervju, Persson, Titti; senior redaktör Mix Förlag. 15 maj 2013.

<sup>74</sup> ”Här ligger jag och blöder”, Gilla Böcker, [www.gillabocker.se/Haer-ligger-jag-och-bloedet.html](http://www.gillabocker.se/Haer-ligger-jag-och-bloedet.html), hämtad 3 maj 2013; ”Höstens Böcker 2010”, *Svensk Bokhandel*, nr 12 2010, s. 424

<sup>75</sup> ”Vårens Böcker 2012”, *Svensk Bokhandel*, nr 20 2011, s. 90; ”Jellicoe Road”, X Publishing, [http://www.xpublishing.se/?page\\_id=2338](http://www.xpublishing.se/?page_id=2338), hämtad 21 maj 2013

lätt att få en överblick då webbsidan har varit under konstruktion under tiden för uppsatsens skrivande).<sup>76</sup>

Det är uppenbart att de sex verken kategoriseras och benämns på mycket olika vis i den epitext som har undersökts. Spretigheten syns både titlarna emellan, men också mellan titlar i samma serie, och dessutom finns förvånande ofta en motsägelse i hur en och samma titel ålders- och målgruppsbetecknas i olika sammanhang. Genom undersökningen av verkens epitext blir det också tydligt att olika aktörer arbetar helt olika med åldersklassificering. Och även om unga vuxna är den vanligast förekommande beteckningen på dessa crossovertitlar är det heller inte säkert att förlagen betraktar kategorin unga vuxna på ett och samma vis.

### **Förlagets och paratextens funktion**

Det är förlaget som i samråd med författaren förpackar texten och förvandlar den till en fysisk produkt, och tillför därmed ett externt värde till verket. Men vad har egentligen ett förlag, eller ett förlagsnamn för funktion? Squires menar att läsarna sällan lägger någon större vikt vid förlagsnamnet och att detta sällan är avgörande i beslutsfattandet om att köpa en bok. Istället är det i majoriteten av fallen författarnamnet, bokens design och information om bokens innehåll som avgör.<sup>77</sup> Men mindre och nischade förlag har en fördel i att kunna utmärka sig genom sin profil. När förlagsgiganter i nuläget tenderar att växa sker en polarisering då små, profilerade förlag samtidigt dyker upp och har blivit allt vanligare såväl på den svenska bokmarknaden som i andra länder. Dessa småförlag kan skapa en mer personlig relation till sina läsare och möta läsarna via framförallt sociala medier på ett annorlunda och mer naturligt sätt än större förlag. Hanna Larsson från X Publishing tror att för ett mindre och nischat förlag är ”den övergripande inställningen och uttrycket hos förlaget som sådant mer avgörande än hur vi arbetar med en specifik crossovertitel. Ett litet förlag blir väldigt personligt.”<sup>78</sup>

Ett litet förlag har också en fördel i att lättare kunna arbeta med en grafisk profil, något som Gilla Böcker gör i att bland annat låta alla omslag utgå från samma design samt använda samma typsnitt på alla böckers ryggar och i all kommunikation med press och läsare (webbsida, pressrelease, katalog med mera). Denna grafiska profil skulle kunna verka på ett mer subtilt sätt då även läsare som inte känner igen själva förlagsnamnet ändå på ett medvetet eller omedvetet plan känner igen omslagsdesignen. Anna Danielsson Levin, en av Gilla

---

<sup>76</sup> ”Böckerna”, X Publishing, [http://www.xpublishing.se/?page\\_id=2180](http://www.xpublishing.se/?page_id=2180), hämtad 26 maj 2013

<sup>77</sup> Squires, s. 87-91

<sup>78</sup> Larsson, Hanna; förläggare X Publishing. Intervju, 21 maj 2013

Böckers grundare, svarar på frågan om vad som är nyttan med denna typ av formgivning: ”Att skapa igenkänning och förtroende. Har man läst tre böcker av oss som man gillar, då tror jag att man väljer en till när man ser dem i bokhandeln.”<sup>79</sup> En tydlig grafisk profil kan jämföras med den sorts serie som till exempel klassikerserier är, som innehåller olika typer av böcker men ändå har ett liknande yttre för att utstråla sammanhörighet. Serier av detta slag kan enligt Genette i sig fungera som paratext och visa genretillhörighet, vilket tyder på att en grafisk profil kan locka läsare men också verka vägledande i placeringen och klassifikationen av titeln.<sup>80</sup>

Tre av de verk som ingår i vår undersökning, *Förr eller senare exploderar jag*, Engelsfors-trilogin och *Hungerspelen*-trilogin, är utgivna på Sveriges två största renodlade barn- och ungdomsboksförlag, Bonnier Carlsen och Rabén & Sjögren. De saknar profil i den mån man talar om genreprofil eller grafisk profil, men å andra sidan har de en stark position genom att vara så välkända inom Sveriges gränser. Stora förlag som dessa (eller kanske rättare sagt giganterna bakom, Bonniers och Norstedts) kan fungera som varumärken som konsumenten har en relation till och litar på. Men som Squires poängterar, ”förlagsmärken” fungerar inte på samma vis som varumärken inom andra områden som till exempel livsmedels- eller klädindustrin.<sup>81</sup> Även om förlagen i viss mån kan bidra med igenkänningsfaktor eller någon sorts pålitlighet, är det i allra högsta grad författarnamnet som tillsammans med omslaget slutligen säljer boken. Om man ska tala om varumärken på bokmarknaden så är det författaren som framförallt fungerar som ett sådant, vilket skapas genom självframställning i media och andra kanaler.

Det ska inte förglömmas att böcker idag kan spridas och på sätt och vis leva ett eget liv på internet: ”Till skillnad från en bokhandel, där böckerna för det mesta står indelade efter ålderskategorier, kan en bok hitta nya, oväntade vägar på nätet, bortom givna genre- och åldersindelningar.”<sup>82</sup> Information om och värdering av litteratur sprids idag ofta via sociala medier och bloggar, och det råder en aktiv rekommendationskultur både online och offline. *Word of mouth* (det vill säga rekommendationer konsumenterna emellan) är ett högst levande fenomen på 2010-talet, vilket förlagen är högst medvetna om även om det ligger utanför deras makt. ”Det alla vill (på förlagen i alla fall) är ju att boken ska bli en ’snackis’, att folk ska prata om den och tipsa om den och sprida ordet vidare”, säger Lisa Bjärbo.<sup>83</sup> Men för att över

---

<sup>79</sup> Lars Schmidt. ”Håller sig i form.” *Svensk Bokhandel*, nr 3 2012

<sup>80</sup> Genette, s. 22-23

<sup>81</sup> Squires, s. 85-89

<sup>82</sup> Pennlert

<sup>83</sup> Bjärbo

huvud taget kunna möjliggöra en boks vidare spridning genom word of mouth eller andra alternativa vägar, eller för den delen skapa ett för bokhandeln fungerande koncept, krävs att förlagen arbetar med genomtänkt marknadsföring. Här spelar böckers utformning en otroligt viktig roll. Omslaget är ofta det första en potentiell läsare ser och baksidestexten det första hen läser. Det är med andra ord essentiellt att inte välja fel utformning: ”Marknadsföring och paketering av enskilda titlar eller serier är avgörande för att kunna nå läsare. På motsvarande sätt kan bokhandeln endast tillhandahålla en liten del av den utgivna litteraturen och det som faller utanför ramarna är svårhanterligt.”<sup>84</sup>

Men paratexten kan vara mycket mer än något som presenterar och säljer en bok. Squires menar att marknadsföring, där paratexten som sagt är en viktig del, är något som inte bara anpassar sig till gängse uppfattningar om genreetiketter utan aktivt är med och skapar vad en viss genre är: ”The forms that arise through publisher’s decisions about a book’s material representation can sometimes give off conflicting messages [...] but can also work towards creating new genre definitions that mix elements from existing patterns.”<sup>85</sup> Kanske är det här ännu viktigare när det gäller kategorier som både är och inte är genre, som crossover eller Squires exempel literary fiction. Båda begreppen handlar egentligen om hur böckerna ifråga läses och uppfattas, snarare än att säga något om generella ämnen eller stilmässiga drag. Eftersom de i litteraturvetenskaplig mening, med andra ord till innehållet, är svårdefinierade som genrer är paratexten ett sätt att definiera vad crossover respektive literary fiction är. Paratext är med andra ord inte bara något som förhåller sig till genre utan även något som är med och definierar vad genre är. Men vad säger då verken i vår undersökning om ”genren” crossover? Hur påverkar dessa böckers paratext crossoverlitteraturens villkor?

### **Peritext: Omslagsdesign**

Som undersökningen av förlagen visar är det långt ifrån alla som väljer att själva benämna sina böcker som crossover. Det kan kännas vådligt att påstå att en ungdomsbok *ska* uppskattas av vuxna innan man har fått något bevis på att så är fallet. Denna osäkerhet speglas i hur förlagen arbetar med paketeringen av sina potentiella crossoverböcker. Ofta vågar de sig inte på att aktivt rikta sig till en dubbel målgrupp innan de är försäkrade om att en sådan existerar, men det har blivit allt vanligare att förlag uppmärksammar en crossoverpublik, både som ett resultat av mottagandet men också på förhand.

---

<sup>84</sup> Steiner 2010

<sup>85</sup> Squires, s. 83

Som berördes tidigare finns en stor variation i paketeringen av de undersökta verken, både när det gäller teknik och tematik. Den vanligaste tekniken är tecknat, men gärna på ett ganska grafiskt och stramt sätt. Omslaget till *Förr eller senare exploderar jag* är tecknat men använder sig av tatueringskonstens estetik och symboliska bilder, och mycket fokus hamnar på typografin hos den stora, ”handritade” titeln. *Jellicoe Roads* tecknade omslag består egentligen bara av ett träd med en stor, ornamenterad ram i mörkt blågrönt och svart. Böckerna i Engelsfors-trilogin har en tecknad bild i seriestil som föreställer blommor och viktiga objekt från boken, anordnade så att de påminner om ett begravningsarrangemang, med blod droppandes från blommorna. Färgskalan är svart, vit och röd. Hungerspelen-trilogins enda tecknade omslag är stramt och stilrent, med en bild av en brosch med fågelmotiv mot en svart bakgrund och titeln i grå, kantiga bokstäver som påminner om både futurism och Sovjetestetik. De tecknade bilderna är med andra ord relativt vuxna i uttrycket.

Tre omslag har fotografiska inslag. På Hungerspelen-trilogins inbundna förstautgåvor är fotot en bild på en ung kvinna, omgiven av murgröna, eld respektive fjädrar på de olika delarna i serien. På *Här ligger jag och blöder* och *Något måste hända nu* föreställer fotografierna ben som ser ut att tillhöra unga kvinnor. Kvinnan på *Här ligger jag och blöder* har röda strumpbyxor, vita tygskor och randig klänning och ligger på ett parkettgolv. Även om hennes kläder är ungdomliga är de inte barnsliga, utan påminner istället om kläderna Jenny Jägerfeld (född 1974) själv har på bokens författarporträtt. Kvinnan på *Något måste hända nu* ses stående upp bakifrån och har slitna Converse-skor och trasiga, rosa nätstrumpbyxor. Hennes kläder är lättare att åldersbestämma, men så är boken också den bok i undersökningen som är mest av en typisk ungdomsbok.

Annars verkar förlagen försöka undvika omslag som ger tydliga vinkar om ålder, exempelvis fotografier på ungdomar. Snarare satsar man på enkla, grafiska omslag, med symboliska bilder och fokus på typografi. I en artikel om ett panelsamtal om young adult-genren skriver Publishers Weekly-reportern: ”Graphic cover images are a safer bet than photographic ones, in order to reach the broadest audience, the panelists agreed.”<sup>86</sup> De svenska förlagen verkar tänka likadant.

Något som brukar tas upp som en tydlig indikator på att förlag aktivt arbetar med dubbla målgrupper är de fall då en och samma bok får två olika utformningar, riktade till olika åldersgrupper. Det mest välkända exemplet är Harry Potter-böckernas alternativa omslag som

---

<sup>86</sup> Burnett, Matia. ”Industry insiders talk talk young adult blockbusters.” *Publisher’s Weekly*, 20 november 2012, <http://www.publishersweekly.com/pw/by-topic/childrens/childrens-industry-news/article/54841-industry-insiders-talk-young-adult-blockbusters.html>, hämtad 5 juni 2013

förlaget Bloomsbury hoppades skulle tilltala ännu fler äldre läsare.<sup>87</sup> Dessa dubbla omslag var de första i sitt slag vilket gjorde idén i sig omvälvande och kanske banade Bloomsbury väg för andra liknande fall, även om den vuxna Harry Potter-utgåvan inte blev någon försäljningssuccé. Ett annat exempel är *The Curious Incident of the Dog in the Night-time* av Mark Haddon, som 2003 publicerades samtidigt i två olika utformningar av Random House UK, en för unga och en för vuxna, då man anade att boken kunde tilltala flera målgrupper.<sup>88</sup> Att arbeta med en titel på det här viset gör att förlagen kan utmana bokhandelns ålderstänk, eftersom boken på ett naturligt sätt kan placeras både på barn- och vuxenavdelningen vilket ökar chansen att fler läsare hittar den. Men det är också en fråga om produktionskostnader, och det är svårt nog att veta om en bok kommer sälja till en målgrupp, än mindre två. Än så länge är det ovanligt med sådana här ”dual editions”, och oss veterligen har inget liknande exempel ännu kunnat ses i Sverige. Förläggaren Karin Lemon menar att det finns andra vägar att gå för att attrahera flera målgrupper än att ge ut särskilda vuxenomslag: ”Många av de böcker som är crossover tillhör en tydlig genre och då är det viktigare att signalera genre än ålder”.<sup>89</sup>

Ur ett visst perspektiv kan det dock vara kontraproduktivt att arbeta med två olika utgåvor för olika målgrupper, istället för att försöka anpassa en enda utgåva till både barn/ungdomar och vuxna. Är man som förlag viss om att en bok kan tilltala två väldigt separata målgrupper kan två olika omslag vara ett sätt att nå ut till båda grupper och sälja fler exemplar av boken, men kanske är det att göra crossoverkategorin en björntjänst. Många som uppmärksammar crossover framhåller att den skarpa uppdelningen mellan vuxenböcker och barn- och ungdomsböcker är onödig, och att ”[e]n bra bok är en bra bok”<sup>90</sup> oavsett vem den är skriven för. Att ha två olika omslag kan istället signalera att den här uppdelningen är motiverad, att vuxna ska läsa en typ av böcker och barn/unga en annan. Samtidigt är det svårt att klandra förlagen för att försöka nå ut till så många som möjligt med sina böcker, och kanske är huvudsaken att få vuxna att förstå att ungdomsböcker kan vara något för dem.

### **Peritext: Ompaketering av översättningar**

En annan typ av ompaketering är när böcker ges nytt utseende i samband med översättning mellan olika språk. Som inköpande utländskt förlag kan en fördel finnas i tillgången till

---

<sup>87</sup> Falconer 2009, s. 16; Squires, s. 166

<sup>88</sup> Falconer 2009, s. 25; Squires, s. 165-167; Beckett 2009, s. 239-242; se även fler exempel på ompaketering i Beckett 2009, s. 232-250

<sup>89</sup> Lemon

<sup>90</sup> Bjärbo

förhandsinformation om hur en titel har marknadsförts och mottagits på originalspråk, och att kunna anpassa sig därefter. Förändringar i paratexten kan ses hos alla de undersökta verken som är översättningar.

Men det blir också tydligt att även förlag som ofta eller alltid arbetar med crossovertitlar och aktivt riktar sig till den sortens breda publik kan få problem i val av paketering, oberoende av om boken ifråga är en originalproduktion eller om den redan finns utgiven utomlands. I ”Läsarna som aldrig vill bli stora” berättar *Jellicoe Roads* förläggare och formgivare Hanna Larsson om hur X Publishing hade svårt att välja omslag till boken. De valde framförallt mellan ett ungdomligt omslag och ett mer vuxet, och till och med när de lät läsarna rösta online kom de båda omslagen på en delad förstaplats. Slutligen bestämde förlaget sig för den ungdomligare versionen, med motiveringen att ta tillvara på de yngre läsarna eftersom många äldre läsare kanske redan hade läst boken på engelska.<sup>91</sup> Men enligt Larsson har det ungdomligare omslaget inte avskräckt äldre läsare: ”Vi hittade ett både köns- och åldersneutralt omslag som verkar ha fungerat lika bra på olika grupper. Sånär i efterhand undrar jag om inte det omslag vi då såg som ’vuxet’ snarare var ’smalt’”.<sup>92</sup> *Jellicoe Road* kom ursprungligen ut i Australien, vilket innebär att X Publishing valde bort det utländska originalomslaget, och det svenska omslaget skiljer sig avsevärt från originalet. Det svenska förmedlar en känsla av mystik och saga, och skulle lika gärna kunna vara en fantasybok, medan originalet använder ett foto av en vallmo och stora, handtextade, ganska barnsliga bokstäver. Det svenska och det australiensiska förlaget har uppenbarligen valt att lyfta fram olika aspekter av boken, vilket dock inte är någon ovanlighet. Olika länders bokmarknader skiljer sig åt på många sätt, och förlag som köper rättigheterna till en översättning torde kunna avgöra vad som fungerar bäst på den nationella marknaden.

John Greens *Förr eller senare exploderar jag* har också genomgått markanta förändringar i ompaketeringen till svenska. På engelska heter boken *The Fault in Our Stars*, men originalets Shakespeare-parafra har utelämnats helt i den svenska titeln. Den ansvariga förläggaren på Bonnier Carlsen, Karin Lemon, säger: ”Att direktöversätta originaltiteln kändes inte klockrent (citatet och den vidare syftningen är inte allmängods i Sverige)”.<sup>93</sup> Det amerikanska omslaget är ganska enkelt med två moln i svart och vitt mot en blå bakgrund med ett par blurbar, medan det svenska är ett collage av olika tecknade bilder med anknytning till bokens innehåll. Sammantaget ger de båda utgåvorna helt olika associationer på grund av de olika titel- och

---

<sup>91</sup> Pennlert

<sup>92</sup> Larsson

<sup>93</sup> Lemon



omslagsvalen. Originalutgåvan utstrålar ett mer vuxet och allvarligt intryck än den svenska, som i jämförelse kan upplevas som skrikig och ungdomlig. Det är nästan svårt att föreställa sig att det är samma bok. Lemon förklarar att de tidigt bestämde sig för att inte använda originalomslaget bland annat eftersom John Green inte var på långa vägar lika känd i Sverige som i USA. ”Vi behövde ett omslag som man la märke till, som fick en läsare att gå fram och ta upp boken. [...] Det var viktigt att det inte kändes barnsligt, men vi tänkte inte ’Detta kommer 40-åringarna att gilla’ heller.”<sup>94</sup> Här verkar förlaget med andra ord ha satsat på en i första hand iögonfallande utformning.

Det svenska omslaget av *Förr eller senare exploderar jag* skiljer sig mycket ifrån andra översättningar av titeln, så till den grad att det har blivit uppmärksammat av författaren. John Green har i ett videoklipp på sin välbesökta vlog utnämnt det svenska omslaget till sitt favoritomslag och han säger bland annat: ”I freaking love the cover of the book! [...] Heck, I love this cover because it’s what Augustus Waters [en av huvudkaraktärerna] would want. It’s *bold* and *weird* and *pulpy* and all about *love* and *death* and *grenades* and *sacrifice*, it’s just awesome!”<sup>95</sup>

Det verk i vår undersökning som har kommit i flest olika utgåvor, både vad gäller omslagsdesign och format, är Hungerspelen-trilogin. De första utgåvorna som kom på svenska var de individuella delarna i hårdband, vars tre omslag utgår från samma design, skapad av det svenska förlaget. De föreställer samma närbild på en ung kvinna, men färger och bakgrund skiljer sig mellan böckerna, som också har designinslag som ska påminna om tv och andra inslag i glitter. Bonnier Carlsen verkade, i de här första utgåvorna, inte vilja ta till vara på chansen att bygga upp samma vuxna publik böckerna hade i de länder där serien tidigare utkommit. Lemon, förläggare även till dessa böcker, säger bland annat att de inte trodde det amerikanska omslaget av *Hungerspelen* skulle funka i Sverige eftersom det kändes ”udda”, samt att tecknat kan upplevas som barnsligt. Lemon säger dessutom att det vid tidpunkten för utgivningsbeslutet inte var tänkt att *Hungerspelen* skulle få uppföljare: ”Det är ju inte optimalt så klart, att inte veta att det ska bli en serie. Vet man det finns det med i resonemanget från början.”<sup>96</sup> De problem Bonnier Carlsen verkar ha haft med att bestämma

---

<sup>94</sup> Lemon

<sup>95</sup> vlogbrothers, *In which the candle dies*, videoklipp, YouTube, [http://www.youtube.com/watch?v=coAa\\_HtrmNk](http://www.youtube.com/watch?v=coAa_HtrmNk), 28 augusti 2012, hämtad 6 maj 2013

<sup>96</sup> Lemon

omslag till Hungerspelen-trilogin visar sig i utgivningskatalogerna då varken den första eller sista delen hade färdiga omslag i sina annonser.<sup>97</sup>

När Hungerspelen-böckerna kom ut på Månocket var omslagen helt förändrade, eventuellt med en äldre publik i åtanke. Designen är enkel, speciellt jämfört med de plottriga förstautgåvorna, men kanske lite väl intetsägande. Böckerna har en enkel bakgrund av flammor, olika färg för de olika delarna, och titeln i stora, vita bokstäver över hela framsidan. Typsnittet påminner lite om det futuristiska typsnitt som används på de amerikanska omslagen.<sup>98</sup> Den tredje utgåvan, en samlingsvolym med alla tre böckerna som trycktes upp inför bokrean 2012, har tagit designen ett steg närmare den amerikanska med ett nästan identiskt typsnitt och med samma bild av en brosch med fågelmotiv mot svart bakgrund. Efter det att filmen *The Hunger Games* gick upp på biografer hösten 2011 släpptes en ny samlingsvolym där framsidan har samma design som filmaffischen, och vi har sett den här utgåvan med både matt och blankt omslag.<sup>99</sup> En pocket med samma design släpptes också ungefär vid samma tidpunkt. Troligtvis kommer även filmpocketar ges ut av de två sista delarna i serien, och dessutom kommer till hösten en samlingsbox med mjukband med omslag från det amerikanska förlaget.

Alla utgåvor som kommit efter de första hårdbanden har varit betydligt vuxnare i sin design, eller åtminstone mer neutrala, vilket kan bero på att förlagen i större mån har tagit hänsyn till en bred publik. Hungerspelen-trilogins varierande utseende gör dock att intrycket av seriens sammantagna design blir spretigt. Serien, med alla sina utgåvor, upplevs inte som en helhet på samma vis som Engelsfors-serien, vars böcker åtminstone hittills påminner extremt mycket om varandra. Har man läst en bok av Hungerspelen-trilogin i hårdband och letar efter en annan del i pocket kommer man inte kunna gå efter böckernas utseende. Men det är naturligtvis vanligt att böcker byter utformning när de överförs till ett annat format, speciellt pocket som verkar under något andra omständigheter än hårdband.

Ett fall där originalomslaget tvärt emot är framgångsrikt och populärt hos utländska förlag är översättningarna av Engelsfors-trilogin. Böckerna har sålts till överraskande många länder och majoriteten har även köpt de svenska omslagen. Många av de utländska förlagen har på samma vis behållit titlarnas betydelse på sina respektive språk, antagligen för att dessa korta

---

<sup>97</sup> ”Barnens Böcker 2008”, *Svensk Bokhandel*, nr 9 2008, s. 109; ”Höstens Böcker 2010”, *Svensk Bokhandel*, nr 12 2010, s. 71

<sup>98</sup> ”About the book”, *Hunger Games - Scholastic Press*, <http://www.scholastic.com/thehungergames/about-the-book.htm>, hämtad 28 maj 2013

<sup>99</sup> Egna observationer, Glerups Akademibokhandel, Lund, 16 april 2013

titlar är tacksamma att översätta.<sup>100</sup> Man skulle kunna säga att konceptet Engelsfors är internationellt gångbart.

Vad vi vet är det hittills bara de brittiska omslagen som markant skiljer sig åt, inte bara i stil och teknik utan även tematiskt. Istället för att illustrera alla ungdomar som är bokens huvudpersoner har Random House UK valt att på framsidan av sina utgåvor av *Cirkeln* och *Eld* ha närbilder på fotograferade ansiktshalvor tillhörande två olika tjejer. Detta väcker genast frågor om vilka karaktärer det ska föreställa och varför just de är framhävda. Under titlarna *The Circle* och *Fire* står dessutom ”Let the witch hunt begin” respektive ”The witch hunt continues”, vilket indikerar att böckerna handlar om häxjakt och det är inte helt korrekt.<sup>101</sup> Visserligen kan omslag fungera olika bra i olika länder, men med tanke på det stora antal utländska förlag som valt de svenska omslagen borde det inte vara omöjligt att tänka sig att de även skulle kunna fungera på den brittiska marknaden. Kanske har det brittiska förlaget tyckt att det tecknade originalomslagen sticker ut för mycket och valt paketering som ska utstråla traditionell, övernaturlig young adult, men risken är då samtidigt att böckerna drunknar bland andra titlar med liknande omslag.

Det brittiska förlagets val att byta ut de tecknade originalomslagen av Engelsfors-trilogin och istället använda fotografier (och dessutom snarlika sådana föreställande tjejansikten) och lägga till några dramatiska fraser, påminner om hur Bonnier Carlsen ompaketerade de första hårdbanden i Hungerspelen-serien. Karin Lemon säger att en potentiell crossovereffekt inte var något de tog hänsyn till i utformningen av de första utgåvorna av trilogin<sup>102</sup>, vilket kan förklara valet av omslag, särskilt om det stämmer att grafiska omslag är det säkraste kortet för att nå en bred publik. Kanske är det så att Random House UK inte heller har valt att arbeta aktivt mot en dubbel målgrupp med Engelsforsböckerna, vilket i så fall är intressant eftersom crossover är ett erkänt fenomen i Storbritannien. Möjligen kommer de brittiska, mer ungdomliga omslagen resultera i att Engelsfors-trilogin inte får samma crossovereffekt på den brittiska marknaden som i Sverige, men det får tiden utvisa.

---

<sup>100</sup> Bilder på utländska omslag kommer från Engelsforsböckernas internationella webbplats, *World of Engelsfors*, <http://www.worldofengelsfors.com/>, hämtad 28 maj 2013

<sup>101</sup> ”The Circle”, *The Random House Group*, <http://www.randomhouse.co.uk/editions/9780099568537>, hämtad 28 maj 2013; ”Fire”, *The Random House Group*, <http://www.randomhouse.co.uk/editions/fire/9780099568544>, hämtad 28 maj 2013

<sup>102</sup> Lemon

## Titlar och copytexter i peritext och epitext

Om bokens omslagsbild och design snarast ska förmedla en känsla är det textelementen som ska ge konkret information om bokens innehåll. Främst är det baksidestexten som genom utdrag ur boken eller sammanfattning av handlingen berättar om verket för läsaren, men andra texter är lika viktiga, om än på andra sätt. Squires menar att "[t]he extent to which blurbs also include generic indicators or comparisons with other texts is important, particularly when taken alongside review extracts and biographical information".<sup>103</sup>

En del av den textuella paratexten som skiljer sig något från resten är titlar, som ofta ska förmedla känsla lika mycket som information. Flera av våra undersökta böcker går emot vad Cat Yampbell påstår i sin artikel "Judging a Book by Its Cover: Publishing Trends in Young Adult Literature", nämligen att korta titlar är mer populära på ungdomsböcker.<sup>104</sup> Titlar till böckerna i vår undersökning som hör till fantasy- eller science fiction-genren är visserligen gärna korta, starka och dramatiska som *Eld*, *Nyckeln*, *Revolt*, *Fatta eld* och *Hungerspelen*. Men hos de realistiska verken är titlarna längre, fast ändå dramatiska, som *Här ligger jag och blöder*, *Förr eller senare exploderar jag* och *Något måste hända nu*. Vad de två första dessutom har gemensamt är att de har ett subjekt, en avsändare, och att böckernas berättarjag introduceras redan i titeln. *Något måste hända nu* saknar visserligen subjekt, men låter som en tanke eller replik typisk för en tonåring och förmedlar en stark känsla. Det enda egentliga undantaget är *Jellicoe Road* som har en titel som inte hör till någon av kategorierna, men som också är svårare att genrebestämma. Gemensamt för många av titlarna är att de innehåller laddade och starka ord: eld, exploderar, blöder, revolt, etcetera.

Tillsammans med omslag och titel är andra texter på den fysiska boken (sådant som baksidestext, författarinformation, citat från recensioner och blurbar) en del av paratexten som förlagen kan styra över och påverka. Men det finns en stor variation i hur förlag väljer att använda copytexter, och det beror också på vilket format boken har. Ett hårband med skyddsomslag eller ett danskt band med flikar har mycket mer utrymme för copytexter än en pocketbok. Något paradoxalt är det ofta på pocketböckerna som desto fler citat brukar förekomma, eftersom det finns fler uttalanden om boken som kan användas. Ingår boken i en serie är det vanligt att citera sådant som sagts om tidigare böcker i serien (syns till exempel på *Eld*, *Fatta eld*, *Revolt*).

---

<sup>103</sup> Squires, s. 78

<sup>104</sup> Yampbell, Cat, "Judging a Book by Its Cover: Publishing Trends in Young Adult Literature.", *The Lion and the Unicorn*, (Volume 29, nr 3), september 2005, The Johns Hopkins University Press, hämtad 17 april 2013

Det är gott om för litteraturen stora namn i de undersökta böckernas peritext. Stjärnförfattare som Stephen King och Stephenie Meyer (flera gånger under felstavningen Stephanie) citeras flitigt på Hungerspelen-böckerna och John Ajvide Lindqvist på Engelsforsböckerna. Genom att citera välkända författare som dessa kan förlagen skapa kopplingar och positionera sina böcker. Att välja citat från författare som representerar en viss genre eller liknande som söker eftersträvas kan vara en ganska tacksam typ av marknadsföring. Exempelvis kan Engelsfors-trilogin lättare förknippas med en vuxen och mörkare litteratur genom att John Ajvide Lindqvist citeras. I *Crossover Fiction* skriver Beckett att ”[i]n order to position a book as a crossover, publishers often specify somewhere in the paratext that it is meant for a diverse audience, often in conjunction with comparisons to previous crossover successes”.<sup>105</sup> På svenska böcker uttrycks sällan en så tydlig crossoversträvan, men en liknande effekt skulle kunna uppnås genom att citera Stephenie Meyer som bekant har skrivit crossoversuccén Twilight-serien.

På böckerna citeras ofta recensioner från Sveriges största tidningar: *Dagens Nyheter*, *Sydsvenskan*, *Svenska Dagbladet*, *Expressen* och *Aftonbladet*, och det är för litteraturkritiken välkända namn som återkommer: Lotta Olsson, Jonas Thente och Per Israelsson. ”Often quotations from prestigious newspapers are used to attract adult readers to young adult novels”<sup>106</sup>, skriver Beckett, vilket med andra ord är en mycket tydlig tendens när det gäller de undersökta titlarna. Oavsett bakomliggande syfte med citaten kan vuxna läsare lockas till ungdomsböcker tack vare namnen på de personer som uttalar sig om boken. Den i crossoversammanhang ständigt uppdykande Lisa Bjärbo förekommer också på ett flertal ställen, exempelvis på framsidan av förstautgåvan av *Här ligger jag och blöder*, på pocketutgåvan av *Jellicoe Road* samt på baksidan av *Förr eller senare exploderar jag*. Bjärbos namn är så vanligt förekommande i crossovertitlars paratext att hon i princip kan fungera som en crossoverstämpel i sig själv.

Citaten, oavsett vem som står bakom dem, liknar ofta varandra. De uttrycker gärna starka känslor eller omdömen om böckerna, till exempel ”... jag blev fullständigt fucking knockad!” (Jonas Thente, *Cirkeln* och *Eld*), ”Så SJUKT rolig och vansinnigt sorglig på samma gång!” (Lisa Bjärbo, *Här ligger jag och blöder*), ”Omöjligt att sluta läsa... Beroendeframkallande” (Stephen King, *Hungerspelen*). *Förr eller senare exploderar jag* saknar traditionell baksidestext i form av utdrag eller beskrivning av handlingen, istället fylls baksidan av ett citat helt i versaler av Bjärbo, där de största orden är ”ÄLSKADE” och ”FAN-TAST-ISK”.

---

<sup>105</sup> Beckett 2009, s. 232

<sup>106</sup> Ibid

Något som är återkommande rent innehållsmässigt i copytexterna är att förlagen även här gärna lyfter fram det dramatiska och känslomässiga i böckerna. I samband med Hungerspelen-trilogin förekommer bland annat ord och uttryck som gastkramande, rafflande, spännande, på liv och död, en bricka i ett spel, äkta kärlek. Även om utgåvorna av Hungerspelen-trilogin ser mycket olika ut är det liknande copytexter som upprepas. Återkommande är även slagorden ”24 deltagare - Bara en överlever - Allt direktsänds” och ”För mänsklighetens överlevnad”, vilket bidrar till en känsla av dramatik.

Det förekommer också referenser till annan populärkultur, ofta från andra medier som tv och film. Från första och andra delen av Hungerspelen-trilogin i originalutgåva: ”Olympiska spelen möter gladiatorspel i en modern version av Flugornas herre” och ”Lost möter gladiatorspel i en modern version av Flugornas herre”. I sin katalogtext jämförs *Något måste hända nu* med tre svenska filmer: *Fucking Åmål*, *En kärlekshistoria* och *Apflickorna*, vilket tyder på att förlagen i dessa fall valt intermediala istället för de mer traditionella intertextuella kopplingar som ofta förekommer.<sup>107</sup>

Generellt verkar förlagen vara försiktiga med att stämpla undersökningens verk med någon särskild åldersbeteckning eller vink om hur boken ”ska” läsas. Ett exempel som sticker ut är *Något måste hända nu*, som har fyra ord lodrätt uppradade som en bård längs med baksidestexten. Orden är vänskap, landsbygd, uppväxt och kärlek, vilket bokens redaktör Titti Persson förklarar: ”På alla Mix romaner har vi strävat efter att vara tydliga med paketeringen – därför har vi alltid en remsa med nyckelord som i någon mening beskriver boken.”<sup>108</sup> Självklart kan det finnas en poäng i att tydliggöra en boks nyckelteman, men en viss skevhet kan möjligen ses i valet av ord till just denna titel. I övrigt har boken i stort utformats och marknadsförts som en ungdomsbok, och med tanke på detta är det särskilt ordet ”uppväxt” som kan väcka felaktiga associationer, åtminstone är det så vi uppfattar det. Uppväxtskildring är något som först och främst används för att beskriva vuxenböcker som handlar om barndomen, och vanligtvis inte böcker som är riktade till ungdomar som fortfarande befinner sig i uppväxtstadiet.

Värt att uppmärksamma är också att det i flera fall, både i peritexten och epitexten, förekommer kommentarer från mindre väntade håll, som till exempel ”Hanna på bloggen Tonårsboken” på pocketutgåvan av *Cirkeln*, men kanske ännu mer intressant är att ”Nilo, 14-årig läsare” citeras i *Elds* katalogtext under ”Pressröster om *Cirkeln*”, parallellt med citat från *Sydsvenskan* och *HD*: ”Alltså gud jag älskar älskar älskar den! Tack för en så jävligt underbar

---

<sup>107</sup> ”Höstens Böcker 2012”, *Svensk Bokhandel*, nr 12 2012, s. 281

<sup>108</sup> Persson, Titti; senior redaktör Mix Förlag. Intervju, 15 maj 2013

verklig bok.”<sup>109</sup> Detta visar att Rabén & Sjögren trots Engelsfors-trilogins positiva mottagande i litteraturkritiken även värderar uttalanden från ”vanliga människor” och på så vis blandar högt och lågt i sin marknadsföring.

### **Peritext: format och inlaga**

När det gäller format kom både Engelsfors-trilogin och Hungerspelen-trilogin först ut i hårdband och sedan i pocket, den senare även i två samlingsvolymerna i hårdband. Även *Något måste hända nu* är hårdband i sin första och än så länge enda utgåva. *Här ligger jag och blöder* och *Jellicoe Road* gavs båda först ut i danskt band för att sedan komma i pocket. Gilla Böcker och X Publishing ger ut majoriteten av sina förstautgåvor i olika typer av mjukband (flexband och danskt band), och deras båda böcker kan därför sägas ingå i förlagens så kallade formattradition. *Förr eller senare exploderar jag* kom också ut som mjukband i sin svenska förstautgåva. Karin Lemon förklarar formatvalet: ”vår erfarenhet är att det funkar väldigt bra för de över 12 år som läser våra böcker”.<sup>110</sup>

Böckers format är ett effektivt sätt att rikta sig till en viss målgrupp då olika format utstrålar olika saker. Bonnierförläggaren Gunnar Nirstedt säger: ”Hårdband signalerar kvalitet och exklusivitet medan mjukband för många gränsar till pocket och massmarknad. Jag tror det är en generationsfråga - äldre läsare är nog mer benägna att tycka att mjukband känns billigt.”<sup>111</sup> Mjukbandet skulle med sina pocketkonnotationer dels kunna signalera billighet, men också tillgänglighet. Den här typen av inbindning kan få böcker att inte kännas så litterära, utan mer som en bruksvara som kan följa med vart du än går, en upplevelse snarare än en ”artefakt”. Om äldre läsare uppfattar mjukband som billigt kan yngre läsare snarare uppfatta hårdbandet som ”för fint” eller ömtåligt. Hårdbandet skulle kunna symbolisera en mer traditionell typ av läsning, en mer stillasittande och bunden sådan som inte riktigt passar in i vårt slit och släng-samhälle. Försök att marknadsföra hårdband till ungdomar har misslyckats då ungdomar verkar föredra mindre, lättare och billigare böcker.<sup>112</sup> Mjukbandet skulle kunna anses uppmuntra en lättillgänglig typ av läsning som är anpassad till ungas livsstil, vilket kan göra det naturligt att ge ut ungdomsböcker eller ung vuxen-böcker i olika typer av mjukband.

Pennlert nämner i ”Läsarna som aldrig vill bli stora” att det är vanligt att crossovertitlar först kommer ut på ungdomsförlag i sin förstautgåva men att pocketutgåvan därefter ges ut på

---

<sup>109</sup> ”Vårens Böcker 2012”, *Svensk Bokhandel*, nr 20 2011, s. 62

<sup>110</sup> Lemon

<sup>111</sup> Nirstedt, Gunnar. ”Bunden till texten.” *Svensk Bokhandel*, nr 10 2013

<sup>112</sup> Yampbell, s. 354

pocketförlag som främst ger ut vuxenlitteratur.<sup>113</sup> Detta stämmer för *Cirkeln* och *Eld* samt Hungerspelen-trilogin, som har släppts i pocket på Pocketförlaget respektive Mån-pocket. Pocketversionerna av *Här ligger jag och blöder* och *Jellicoe Road* har båda utkommit på de ursprungliga förlagen, som båda vanligtvis brukar ge ut sina pocketböcker själva.

En fysisk egenskap nära relaterad till diskussionen om format är inlagans papperskvalitet. Pappret är antagligen mycket sällan i fokus hos läsarna, utan fungerar snarare som en dold egenskap som verkar på ett mindre tydligt plan. Ett vitt, träfritt papper utstrålar en helt annan känsla än ett grövre och gulare. Något som både är av funktionell och estetisk karaktär är hur inlagan är designad. Sådant som marginaler, radavstånd, teckenstorlek, typsnitt, paginering, kapitelrubriker och illustrationer i inlagan påverkar mer eller mindre subtilt hur en text uppfattas. Generellt påminner verken i undersökningen till inlagan om ungdomsböcker, med relativt luftig sättning och stor grad på typsnittet. *Något måste hända nu* har sidnummer i annat typsnitt än brödtexten, en stor sanserif som bryter av mot övrig typografi. Hungerspelen-trilogins alla utgåvor använder samma sättning, med en anfang i början av varje nytt kapitel. Anfangen är enkel i sin design, med en vit bokstav mot en svart, kvadratisk bakgrund och en tunn ram runt, och ger ett klassiskt intryck som snarare lyfter fram det episka i historien än den futuristiska stil som återfinns i majoriteten av den övriga typografin. *Jellicoe Road* har vid varje nytt kapitel en liten bild på samma träd som syns på romanens omslag. Den här typen av dekorationer i inlagan ger associationer till barnlitteratur, sagor och fantasy, snarare än att signalera en realistisk eller mer vuxen typ av litteratur.

I alla pocketböcker vi har tittat på har samma sättning som i originalutgåvan återanvänts och bara förminskats, vilket är det absolut vanligaste eftersom det är en stor kostnad att sätta en bok och så små utgifter som möjligt bör läggas på pocketutgåvan. Som tidigare nämnts är det framförallt i samband med nya format som böcker byter omslag på den svenska bokmarknaden, och då pocketböcker säljs på andra ställen och läses på andra sätt än hårdband kan det vara motiverat med ompaketering. Många böcker behåller trots det sitt originalomslag på pocketutgåvan, eller ett snarlikt sådant, då det är en kostnadsfråga och dessutom ett vågspel då det finns en risk att boken inte känns igen i sin nya utformning. Det bör alltså finnas goda orsaker till ompaketering och möjliga anledningar kan vara att förlaget insett att läsarreceptionen inte motsvarar förväntningarna, eller att originalomslaget inte längre utstrålar rätt känsla. Ompaketering i pocketutgåvan kan vara särskilt intressant att studera ur ett

---

<sup>113</sup> Pennlert



crossoverperspektiv, till exempel om förlagen har tagit hänsyn till en efterhand konstaterad bredare läsekrets i utformningen av pocketboken.

## Avslutande diskussion

Utgångspunkten för uppsatsen var att undersöka hur svenska förlag arbetar med crossoverlitteratur. Ett praktiskt sätt att undersöka detta är den metod vi valde, nämligen att analysera paratexten hos sex crossoververk parallellt med hur förlagen i fråga uttrycker sig om crossover. Det senare är baserat på förlagens presentationer samt uttalanden från intervjuade nyckelpersoner. Förhoppningarna var att kunna urskilja mönster i hur förlag arbetar med crossoverutgivning. Vi ville även sätta vår undersökning i en vidare kontext och diskutera vad förlagens arbete med paketering kan säga om crossoverlitteraturen i stort, samt koppla detta till funktionen av kategorisering och genreindelning på bokmarknaden.

Det tydligaste mönstret som kan urskiljas i undersökningens resultat är att det inte finns något givet sätt att arbeta med crossover hos de svenska bokförlagen. Detta har dels kunnat utläsas genom undersökningen av paratexten, där det trots vissa återkommande mönster finns en stor spretighet, och dels från uttalanden om förlagsarbetet med crossover från personer i branschen, både från de intervjuer vi själva har genomfört och det som har kunnat ses i sekundärmaterialet. Men med tanke på att det inte ens råder enighet kring vad ordet crossover betyder är det egentligen inte så märkligt om paketeringen av crossoverböcker är inkonsekvent. Även om de flesta, och speciellt i den anglosaxiska världen, menar att crossover är när ungdomsböcker läses av vuxna, använder vissa begreppet som en synonym till ung vuxen-litteraturen.

Inget tyder heller på att crossover är ett ord som läsarna använder sig av i någon större utsträckning.<sup>114</sup> Och om inte läsarna har någon relation till begreppet kan det vara problematiskt för förlagen att använda det i sammanhang utanför det interna arbetet. Crossover är som redan klargjorts ett brett begrepp, och det som försöker inkludera allt kan istället tappa all betydelse genom att vara för vagt, vilket kan ses i Mix Förlags omprofilering från uttalat crossoverförlag till att satsa på en mer vuxen romanutgivning. ”Som så ofta när något kan vara ’både och’, så visar det sig bli ’varken eller’ i stället”, som Catharina Wrååk skriver.<sup>115</sup> Främst är det i kommunikationen med läsarna som ordet crossover kan vara förvirrande, och det kan vara bättre att på andra sätt antyda att boken passar flera åldrar. I

---

<sup>114</sup> Lemon

<sup>115</sup> Wrååk

kommunikation med branschen, som *Svensk Bokhandels* kataloger, är det antagligen mindre riskabelt att använda ordet crossover eftersom fler känner till begreppet, även om det fortfarande kan vara förvirrande eftersom det är nytt och innebär olika saker för olika personer.

Även om vi som sagt har upplevt det undersökta materialet som spretigt, finns det saker som återkommer. Kanske det mest påtagliga är betoningen på en känslomässig läsoplevelse, vilket märks framförallt i copytexterna. Baksidestexten till *Förr eller senare exploderar jag*, som enbart består av ett citat där Lisa Bjärbo beskriver sina känslor för boken, kanske verkar extrem, men det är inte svårt att tänka sig en liknande baksidestext till vilket annat som helst av de undersökta verken. Baksidestexterna beskriver hur förlagen vill eller tror att läsaren ska uppfatta boken, men blurbarna från kritiker och bloggare visar att det är många som faktiskt upplever böckerna på ett liknande vis. Om Jonas Thente hade skrivit att han var ”fullständigt fucking knockad” av en vanlig vuxenroman hade det kanske känts lite överdrivet, men när han faller det utlåtandet om *Cirkeln* blir det bara en i raden av liknande reaktioner (samtidigt förvånas säkerligen vissa av att en välkänd kritiker medger att han blivit så påverkad av en ungdomsroman). Crossoverböckerna ska upplevas främst med hjärtat och inte hjärnan. Därmed inte sagt att de saknar litterära kvaliteter, för det nämns ofta som en förutsättning för crossovertrenden. I Lundströms bokradio säger Ada Wester att hon tror att genrens popularitet beror på kvalitet och tillgänglighet, att böckerna är bra skrivna och lätta att ta till sig.<sup>116</sup>

Squires hävdar att marknadsföringen, där paratexten är en oerhört stor del, är medskapare till uppfattningen om genre. Om crossoverböckernas paratext beskriver genren är crossoverlitteratur böcker som tar upp stora frågor, starka känslor och dramatiska historier, och som inte lämnar läsaren oberörd. Ifall det är vanskligt att ha en uttalad crossoverambition i sin förlagsprofil kan man kanske gå andra vägen och ta fasta på just dessa kärnpunkter. Gilla Böcker gör en variant av det här och talar om sin utgivning som ”helt enkelt böcker att gilla”, likaså X Publishing, som visserligen beskriver sig som ett crossoverförlag men också skriver att de vill ”ge ut böcker som dundrar in i hjärtat”.<sup>117</sup>

Vår förhoppning är att crossovertrenden är ett tecken på (eller en bidragande faktor till) en uppluckring av ålderskategorierna på bokmarknaden. Uppdelningen mellan barnböcker och vuxenlitteratur fungerar dåligt med sådana mitemellankategorier som ungdoms-, ung vuxen- och crossoverlitteratur. Vi tror inte heller att ett införande av fler ålderskategorier är

---

<sup>116</sup> Lundströms bokradio, radioprogram, Sveriges Radio P1, 26 januari 2013, <http://sverigesradio.se/sida/avsnitt/144985?programid=4381>.

<sup>117</sup> ”Förlaget”, *Gilla Böcker*, <http://www.gillabocker.se/forlaget.html>, hämtad 3 maj 2013; ”Om X”, *X Publishing*, [http://www.xpublishing.se/?page\\_id=2223](http://www.xpublishing.se/?page_id=2223), hämtad 28 maj 2013

lösningen, utan hoppas istället på det som Karin Lemon berörde, nämligen ökad genreindelning (där genre inte handlar om ålder) i stil med de fantasyhyllor som finns på bibliotek och i bokhandel. Det här är naturligtvis inte oproblemiskt eftersom det fortfarande behövs dras upp gränser för vilka böcker som ska inkluderas i dessa genrer. Fantasyhyllorna riktar sig exempelvis idag inte till barn, även om barnböcker kan förekomma ifall de är crossover som även vuxna är intresserade av, utan kan innehålla litteratur som är direkt olämplig för barn. Så tyvärr finns ingen magisk lösning på problemet med bokmarknadens begränsande kategoriseringar.

För att crossovergenren ska få ett ännu större genomslag tror vi att det behövs större konsekvens i hur branschen talar om crossover. Som tidigare tagits upp använder många personer på förlag och i andra litterära sammanhang olika begrepp och menar samma sak, eller samma begrepp och menar olika saker. Om crossovergenren ska kunna utvecklas behöver den diskuteras, och då måste begreppen redas ut. Även om crossover har en annan betydelse än *young adult*, *ung vuxen* eller liknande uttryck så används de i praktiken ofta om samma böcker. Och eftersom vi förutom svenska ord och uttryck, som *ung vuxen* och *allålderslitteratur*, tillägnat oss de engelska motsvarigheterna har vi utan tvekan fler begrepp än vi behöver.

Något som inte tagits upp i uppsatsen är e-boken, eftersom det inte är något vi har undersökt. Men en kort diskussion är ändå viktig eftersom e-boken radikalt förändrar paratexten; att läsa en bok på en läsplatta är ”essentially like removing the cover of a book”.<sup>118</sup> Så vad kan hända med crossoverläsning och *ung vuxen*-genren ifall dessa böcker ”mister” sina omslag, och stora delar av sin paratext? Först och främst torde det göra de dubbla utgåvorna överflödiga. Om omslaget slutar spela roll, eller i alla fall slutar spela samma roll, är två omslag till samma utgåva onödigt. De vuxna som eventuellt skäms för att läsa ungdomsböcker behöver inte heller skylta med detta och ungdomslitteratur kan då få samma status i e-bokens nya värld av privat läsning som erotik eller annan ”skamlig” litteratur. I den digitala e-bokhandeln behöver omslagen kunna fungera i små format, *thumbnails*, vilket borde passa någorlunda till de undersökta verkens stilrena, grafiska omslag med stor typografi. Eftersom det i den digitaliserade nätbokhandeln är lättare att skapa fler kategorier än i den fysiska bokhandeln kan även *ung vuxen*, *young adult*, crossover med flera få egna, om än överlappande, kategorier (även om denna genrekategorisering är något som

---

<sup>118</sup> Burnett

nätbokhandlarna ännu står inför). Digitaliseringen kan med andra ord vara svaret på många av crossovergenrens problem.

Crossover är en trend som känns symbolisk för 2010-talets bokmarknad då det just nu finns en brytning mellan gammalt och nytt. Eftersom denna typ av litteratur har uppmärksammats inom branschen tack vare läsarna vore det intressant om det gjordes vidare efterforskningar om crossover ur ett läsarperspektiv. Vad är det som lockar vuxna läsare till ungdomsböcker? Vad tycker ungdomar om att vuxna läser ”deras” böcker? Hur stor roll spelar egentligen utformningen av ungdomsböcker för att vuxna ska läsa dem? Öppningarna är många och forskning om dessa eller snarlika frågor kan ge resultat av intresse för både förlag och bokhandel. Vidare är bokmarknadens genrer och bruk av kategorisering ämnen som det vore intressant att se en fördjupad forskning om, eftersom de är medel genom vilka branschen till stor del kommunicerar med läsarna, likaså om paratext som kommunikation mellan förlag och läsare. Det finns liten mening med att det skrivs och ges ut crossoverlitteratur om den inte hittar vägen ut till läsarna.

# Litteraturförteckning

## Tryckt primärmaterial

- Collins, Suzanne. *Hungerspelen*. Bonnier Carlsen, Stockholm, 2008.
- Collins, Suzanne. *Hungerspelen*. Månocket, Stockholm, 2009.
- Collins, Suzanne. *Hungerspelen*. Månocket, Stockholm, 2011.
- Collins, Suzanne. *Fatta eld*. Bonnier Carlsen, Stockholm, 2009.
- Collins, Suzanne. *Fatta eld*. Månocket, Stockholm, 2010.
- Collins, Suzanne. *Revolt*. Bonnier Carlsen, Stockholm, 2010.
- Collins, Suzanne. *Revolt*. Månocket, Stockholm, 2011.
- Collins, Suzanne. *Hungerspelen: trilogin*. Bonnier Carlsen, Stockholm, februari 2012.
- Collins, Suzanne. *Hungerspelen: trilogin*. Bonnier Carlsen, Stockholm, april 2012.
- Green, John. *Förr eller senare exploderar jag*. Bonnier Carlsen, Stockholm, 2013.
- Jägerfeld, Jenny. *Här ligger jag och blöder*. Gilla Böcker, Stockholm, 2010.
- Jägerfeld, Jenny. *Här ligger jag och blöder*. Gilla Böcker, Stockholm, 2011.
- Lindberg, Anna. *Något måste hända nu*. Mix Förlag, Stockholm, 2012.
- Marchetta, Melina. *Jellicoe Road*. X Publishing, Älvsjö, 2012.
- Marchetta, Melina. *Jellicoe Road*. X Publishing, Älvsjö, 2013.
- Bergmark Elfgrén, Sara och Strandberg, Mats. *Cirkeln*. Rabén & Sjögren, Stockholm, 2011.
- Bergmark Elfgrén, Sara och Strandberg, Mats. *Cirkeln*. Pocketförlaget, Stockholm, 2012.
- Bergmark Elfgrén, Sara och Strandberg, Mats. *Eld*. Rabén & Sjögren, Stockholm, 2012.
- Bergmark Elfgrén, Sara och Strandberg, Mats. *Eld*. Pocketförlaget, Stockholm, 2013.
- ”Barnens Böcker 2008”, *Svensk Bokhandel*, nr 9 2008.
- ”Höstens Böcker 2009”, *Svensk Bokhandel*, nr 12 2009.
- ”Höstens Böcker 2010”, *Svensk Bokhandel*, nr 12 2010.
- ”Vårens Böcker 2011”, *Svensk Bokhandel*, nr 20 2010.
- ”Vårens Böcker 2012”, *Svensk Bokhandel*, nr 20 2011.
- ”Höstens Böcker 2012”, *Svensk Bokhandel*, nr 12 2012.
- ”Vårens Böcker 2013”, *Svensk Bokhandel*, nr 20 2012.

## Digitalt primärmaterial

- ”Böcker”, *Pocketförlaget*, <http://www.pocketforlaget.se/group.asp?catID=1661>, hämtad 20 maj 2013

- ”Böckerna”, *X Publishing*, [http://www.xpublishing.se/?page\\_id=2180](http://www.xpublishing.se/?page_id=2180), hämtad 26 maj 2013
- ”Cirkeln”, *Rabén & Sjögren*, [http://www.rabensjogren.se/bocker/Utgiven/2011/Var/berg\\_mark-elfgren\\_sara-cirkeln-kartonnage/](http://www.rabensjogren.se/bocker/Utgiven/2011/Var/berg_mark-elfgren_sara-cirkeln-kartonnage/), hämtad 22 maj 2013
- ”Crossover”, *Månpocket*, <http://www.manpocket.se/Bocker/crossover/>, hämtad 20 maj 2013
- ”Diskussionsmaterial”, *Pocketförlaget*, <http://www.pocketforlaget.se/files.asp?catID=1662>, hämtad 20 maj 2013
- ”Eld”, *Rabén & Sjögren*, [http://www.rabensjogren.se/bocker/Utgiven/2012/Var/strandberg\\_mats-eld-kartonnage/](http://www.rabensjogren.se/bocker/Utgiven/2012/Var/strandberg_mats-eld-kartonnage/), hämtad 22 maj 2013
- ”Fatta eld”, *Bonnier Carlsen*, <http://www.bonniercarlsen.se/Bocker/Bokpresentationssida/?Isbn=9789163861178>, hämtad 22 maj 2013
- ”Fire”, *The Random House Group*, <http://www.randomhouse.co.uk/editions/fire/9780099568544>, hämtad 28 maj 2013
- ”Förlaget”, *Gilla Böcker*, <http://www.gillabocker.se/forlaget.html>, hämtad 3 maj 2013
- ”Förr eller senare exploderar jag”, *Bonnier Carlsen*, <http://www.bonniercarlsen.se/Bocker/Bokpresentationssida/?Isbn=9789163873669>, hämtad 22 maj 2013
- ”Hungerspelen”, *Bonnier Carlsen*, <http://www.bonniercarlsen.se/Bocker/Bokpresentationssida/?Isbn=9789163861031>, hämtad 22 maj 2013
- ”Hungerspelen: trilogin”, *Bonnier Carlsen*, <http://www.bonniercarlsen.se/Bocker/Bokpresentationssida/?Isbn=9789163870996>, hämtad 22 maj 2013
- ”Hungerspelen: trilogin”, *Bonnier Carlsen*, <http://www.bonniercarlsen.se/Bocker/Bokpresentationssida/?Isbn=9789163873522>, hämtad 22 maj 2013
- ”Här ligger jag och blöder”, *Gilla Böcker*, [www.gillabocker.se/Haer-ligger-jag-och-bloeder.html](http://www.gillabocker.se/Haer-ligger-jag-och-bloeder.html), hämtad 3 maj 2013
- ”Jellicoe Road”, *X Publishing*, [http://www.xpublishing.se/?page\\_id=2338](http://www.xpublishing.se/?page_id=2338), hämtad 21 maj 2013
- ”Nyckeln”, *Rabén & Sjögren*, [http://www.rabensjogren.se/bocker/Utgiven/2013/Host/strandberg\\_mats-nyckeln-kartonnage/](http://www.rabensjogren.se/bocker/Utgiven/2013/Host/strandberg_mats-nyckeln-kartonnage/), hämtad 22 maj 2013
- ”Något måste hända nu”, *Mix Förlag*, <http://www.bonnierforlagen.se/Katalog/Mix/Romaner/Nagot-maste-handa-nu/>, hämtad 26 maj 2013
- ”Om oss”, *Mix Förlag*, <http://www.mixforlag.se/omoss.html>, hämtad 3 maj 2013
- ”Om X”, *X Publishing*, [http://www.xpublishing.se/?page\\_id=2223](http://www.xpublishing.se/?page_id=2223), hämtad 3 maj 2013
- ”Revolt”, *Bonnier Carlsen*, <http://www.bonniercarlsen.se/Bocker/Bokpresentationssida/?Isbn=9789163861185>, hämtad 22 maj 2013

”The Circle”, *The Random House Group*, <http://www.randomhouse.co.uk/editions/9780099568537>, hämtad 28 maj 2013

”Unga läsare”, *Pocketförlaget*, <http://www.pocketforlaget.se/page.asp?pageID=2683>, hämtad 20 maj 2013

*World of Engelsfors*, <http://www.worldofengelsfors.com/>, hämtad 28 maj 2013

## Tryckt sekundärmaterial

Beckett, Sandra L. *Crossover fiction: Global and historical perspectives*. Routledge, New York/London 2009

Beckett, Sandra L. ”Crossover Literature” i *Keywords for Children’s Literature*. Nel, Philip och Paul, Lissa (red.). New York University Press, New York/London, 2011

Ejvegård, Rolf. *Vetenskaplig metod*. Studentlitteratur, Lund, 2009

Falconer, Rachel. *The Crossover Novel: Contemporary children’s fiction and its adult readership*. Routledge, New York/London 2009

Genette, Gérard. *Paratexts. Thresholds of interpretation*. Cambridge University Press, Cambridge/New York/Melbourne, 1997

Hättner Aurelius, Eva och Götselius, Thomas (red.). *Genreteori*. Studentlitteratur, Lund 1997

Nirstedt, Gunnar. ”Bunden till texten.” *Svensk Bokhandel*, nr 10 2013

Pennlert, Nils. ”Läsarna som inte vill bli stora.” *Svensk Bokhandel*, nr 12 2012.

Squires, Claire. *Marketing Literature. The Making of Contemporary Writing in Britain*. Palgrave Macmillan, Hampshire/New York 2009

Steiner, Ann. ”Klassiker, fantasy och sanna berättelser - marknadens genrebeteckningar.” *Ord&Bild*, nr 3 2010

Steiner, Ann. *Litteraturen i mediasamhället*. Studentlitteratur, Lund 2012

Winkler, Lasse. ”Ett drivhus för framtiden.” *Svensk Bokhandel* nr 9 2012

## Digitalt sekundärmaterial

”Anmäl bidrag”. *Augustpriset*. <http://www.augustpriset.se/anmal-bidrag>, hämtad 15 maj 2013

Burnett, Matia. ”Industry Insiders Talk Young Adult Blockbusters.” *Publisher’s Weekly*, 20 november 2012. <http://www.publishersweekly.com/pw/by-topic/childrens/childrens-industry-news/article/54841-industry-insiders-talk-young-adult-blockbusters.html>, hämtad 5 juni 2013

Falconer, Rachel. ”Crossover literature” i Hunt, Peter (red.) *International Companion Encyclopedia of Children’s Literature*. Taylor and Francis, Hoboken 2012

Karlsson, Elise. "En bok för alla." *Svenska dagbladet*, 27 jan 2013

Kirch, Claire. "Two adult houses launch YA imprints." *Publisher's Weekly*, 23 augusti 2012, <http://www.publishersweekly.com/pw/by-topic/childrens/childrens-industry-news/article/53624-two-adult-houses-launch-ya-imprints.html>, hämtad 17 juni 2013

Kirch, Claire. "New children's imprints from powerhouse and Akashic." *Publisher's Weekly*, 30 april 2013, hämtad den 17 juni 2013

Murray, Simone. "Publishing Studies: Critically Mapping Research in Search of a Discipline." *Publishing Research Quarterly*, nr 4 2006, hämtad 12 mars 2013

"Tonårsböcker", *bokus.com*, <http://www.bokus.com/tonarsbocker>, hämtad 27 maj 2013

"Tonår & Unga vuxna", *Adlibris*, <http://www.adlibris.com/se/content.aspx?type=cat&typeid=2&value=9508&age=5060>, hämtad 27 maj 2013

Yampbell, Cat. "Judging a Book by Its Cover: Publishing Trends in Young Adult Literature." *The Lion and the Unicorn*, (Volume 29, nr 3), The Johns Hopkins University Press, september 2005, hämtad 17 april 2013

## Övriga källor

*In which the candle dies*, videoklipp, vlogbrothers, YouTube, [http://www.youtube.com/watch?v=coAa\\_HtrmNk](http://www.youtube.com/watch?v=coAa_HtrmNk), 28 augusti 2012, hämtad 6 maj 2013.

*Lundströms bokradio*, radioprogram, Sveriges Radio P1, 26 januari 2013, <http://sverigesradio.se/sida/avsnitt/144985?programid=4381>.

## Intervjuer genomförda via e-post

Augustsson, Marie; förläggare Rabén & Sjögren. 14 maj 2013.

Bjärbo, Lisa; bloggare, författare och journalist. 6 maj 2013.

Larsson, Hanna; förläggare X Publishing. 21 maj 2013.

Lemon, Karin; förläggare Bonnier Carlsen. 14 maj 2013.

Persson, Titti; senior redaktör Mix Förlag. 15 maj 2013.

Wrååk, Catharina; litterär chef Mix Förlag. 14 maj 2013.