



LUNDS
UNIVERSITET

Språk- och litteraturcentrum
Översättarutbildningen

EXAMENSARBETE VT 15

Master i översättning

Specialisering i engelska

Wonderful Clara?

Om översättningen av en persona i Clara Lidströms

Underbara Clara: Vintagepimp och hemmafix

Författare:
Matilda Lundborg

Handledare:
Mari Mossberg

Sammandrag

I den här uppsatsen undersöks den svenska bloggaren Clara Lidströms persona så som den framstår i boken *Underbara Clara: Vintagepimp och hemmafix* och bokens amerikanska översättning *Vintage Crafts: 75 do-it-yourself decorating projects using candles, colors and other flea market finds*. Undersökningen består av en analys i två delar där den första delen handlar om att analysera Claras persona för att ta fram ett antal egenskaper som i den andra halvan av analysen undersöks i boken och dess översättning. Egenskaperna som plockas ut är *gammaldags*, *personlig*, *rotad i folkhemmet* och *bestämd*. I översättningen har egenskaperna *gammaldags* och *rotad i folkhemmet* slätats ut. Egenskapen *personlig* har också genomgått viss förändring. Egenskapen visar sig bland annat genom pronomenanvändning och i källtexten används *du* istället för *man*, någonting som ger en effekt som inte går att överföra till engelska. I måltexten förekommer också en större andel *I* än *jag* i källtexten. Egenskapen *bestämd* är den egenskap som bevarats i störst utsträckning, även om den kan upplevas som mer negativ än i källtexten.

Nyckelord

persona, översättning, marknadsföring

Engelsk titel

Wonderful Clara? On translating a persona in Clara Lidström's *Underbara Clara: Vintagepimp och hemmafix*

Innehåll

1. Inledning.....	4
2. Bakgrund	5
2.1. Personabegreppet.....	5
2.2.1. Personabegreppet inom sociologin.....	6
2.2.2. Personabegreppet inom översättningsvetenskapen.....	8
2.2.3. Personabegreppet i den här uppsatsen.....	9
2.3. Översättningar och den amerikanska bokmarknaden.....	9
3. Metod och material.....	10
4. Analys.....	11
4.1. Underbara Clara – analys av en persona.....	12
4.1.1. Clara på bloggen och i media.....	12
4.1.2. Claras persona i boken.....	14
4.2. Bokens yttre.....	16
4.2.1. Titeln.....	16
4.2.2. Framsidan.....	17
4.2.3. Baksidan.....	19
4.3. Innanför pärnarna.....	22
4.3.1. Gammaldags.....	22
4.3.2. Personlig.....	29
4.3.3. Rotad i folkhemmet.....	31
4.3.4. Bestämd.....	36
5. Diskussion.....	39
Litteratur.....	42

1. Inledning

År 2012 släpptes den svenska bloggaren Clara Lidströms första bok, *Underbara Clara: Vintagepimp och hemmafix*, en bok där recept och pyssel blandas med texter om Clara själv och hennes tankar. Boken översattes snabbt till engelska och gavs redan året efter ut av det amerikanska förlaget Skyhorse Publishing, under namnet *Vintage Crafts: 75 do-it-yourself decorating projects using candles, colors and other flea market finds*.

Claras blogg *Underbara Clara* tillhör en av de större i Sverige, och en betydande del av hennes boks säljkraft kan tänkas ha med hennes kändisskap att göra – särskilt med tanke på hur mycket fokus som ligger på Clara själv i boken. Därför är det intressant att boken gavs ut i USA, ett land där hon är helt okänd (eventuella utländska läsare måste läsa bloggen genom Google Translate; någonting som sker, men knappast i någon större utsträckning).

Sakprosa böcker med kända upphovsmän är inte ett nytt fenomen. Tvärtom kan man säga att det är en typ av bok som är såpass vanlig att den kan delas in i en egen genre. Genrens mest typiska bok är kändiskockens kokbok, men man kan också tänka sig andra typer av instruktiva böcker som passar in i ramen, till exempel pyssel- och inredningsböcker. Ett typiskt drag för böcker inom den här genren är att sändaren – den som står bakom boken – är mycket viktig, både för bokens innehåll och för dess mottagande. Text, bilder och layout samspelar för att generera en viss bild av sändaren, och även externt material kan påverka hur sändaren uppfattas, till exempel en kändiskocks tv-program eller, som i Clara Lidströms fall, en blogg. Man kan säga att sändaren har en tydlig *persona* som används för att sälja boken.

Vanligen när böcker av den här typen översätts är sändaren känd i både käll- och målspråkskulturen. Några exempel på sådana personer är kockarna Nigella Lawson och Jamie Oliver, som båda blev kända i Sverige genom sina tv-program innan deras böcker översattes för den svenska marknaden. I Clara Lidströms fall är situationen annorlunda; i USA är hon helt okänd. Detta kan få konsekvenser för vilka strategier översättaren använder sig av i sitt arbete, och det är detta jag vill gå vidare med i min frågeställning.

Syftet med den här uppsatsen har varit att undersöka hur framställningen av Clara Lidströms persona har påverkats vid översättningen till engelska. Jag kommer att undersöka vad som kan hända när man presenterar en text från ett mindre språkligt system för ett större

och mer slutet sådant och vad som kan hända när en välkänd författare och etablerad persona ska presenteras för en ny läsarkrets som inte känner till henne. Det kommer också att bli relevant att undersöka hur personen kan påverkas av marknadsföring.

De studier som hittills har gjorts på samma område handlar om fall där personen redan är känd i målspråskulturen och där översättningen gjorts från ett större till ett mindre språk. Därför är det intressant att undersöka ett fall där omständigheterna är annorlunda. Min hypotes är att den amerikanska läsarens bild av Clara kommer att skilja sig något från den svenska läsarens – det vill säga att personen förändras i översättningen. Det amerikanska litterära systemet är tämligen slutet (en mycket liten andel av böckerna som publiceras i USA är översatta) och med tanke på hur okänd Clara är i målspråskulturen blir det intressant att undersöka om det leder till en acceptansinriktad, målspråksanpassad översättning.

2. Bakgrund

Eftersom begreppet *persona* är ett så grundläggande begrepp för både den här uppsatsen och artiklarna den har inspirerats av kommer jag här att ge en kort historik över personabegreppet och förklara hur det används. Jag kommer sedan att gå igenom ett par tidigare studier av personabegreppet för att till sist komma till definitionen av *persona* som kommer att användas i den här uppsatsen. Sist följer ett avsnitt om översättningar på den amerikanska bokmarknaden.

2.1. Personabegreppet

Ordet *persona* härstammar från antiken och syftade från början på de masker som bars av den tidens skådespelare. I den formen skulle begreppet kunna liknas vid dagens *karaktär* – varje mask symboliserade en rollfigur och den skådespelare som bar masken blev också karaktären som masken symboliserade (Nationalencyklopedin). Idag används ordet på ett sätt som ligger närmare den vardagliga användningen av ordet *personlighet*, det vill säga så som vi uppfattar en person. Begreppet användes och populariserades av psykologen C.G. Jung under första

halvan av 1900-talet, och har senare använts inom ett flertal olika fält. Jung beskrev personan som en sorts mask som människan håller framför sig för att å ena sidan göra ett visst intryck på andra, och å andra sidan dölja sin sanna natur (Jung 1953). Personan är i ständig förändring och kan visa ett ansikte i en situation och ett annat i nästa, i och med att människan ikläder sig olika roller för olika situationer. Någon kan till exempel vara chef på jobbet, förälder i hemmet och student på kvällskursen, och de här tre rollerna har alla sin persona, som i sin tur utgör delar av individens personlighet. Man skulle kunna säga att personan är en förenkling av personligheten. Förutom att personan bara utgör en del av personligheten är en skillnad mellan persona och personlighet att personan i någon mån är konstruerad (medvetet eller omedvetet). Vissa drag lyfts fram och andra göms undan, beroende på vad som passar i en given situation (Psykologiguiden).

Det är just idén om personan som en konstruerad, förenklad personlighet som följer med när begreppet idag används inom andra fält. Förutom av psykologer har begreppet tagits upp av bland annat sociologer och textforskare. Idag kan personan vara en personlighet som någon använder för att hålla tal, sälja böcker eller rikta sin marknadsföring. I högre grad än tidigare har personabegreppet blivit någonting som hänger ihop med någonting som går att sälja; det blir en del av en produkt (Donze 2011, Johnston m. fl. 2014). När till exempel frukostflingorna marknadsförs med ett kändisansikte är det kändisens persona som används för att skapa positiva associationer till märket (Persona Design). Den kommersiella aspekten är någonting som kommer att bli intressant för personabegreppet i den här uppsatsen. Men först kommer jag att ta upp ett par tidigare studier där personabegreppet varit centralt.

2.2.1. Personabegreppet inom sociologin

Inom fältet sociologi har personabegreppet kopplats till marknadsföring. I en artikel av Donze (2011) beskrivs personan som en karikatyr som målgruppen ska kunna identifiera sig med och som en del av artistens marknadsföring. Persona används i artikeln som en kulturell klassificering som skulle kunna användas för att tala om musik på ungefär samma sätt som genrebegreppet används idag. På samma sätt som man pratar om rock eller country skulle man då kunna prata om sköra singer-songwriters eller hårda ganstertyper. Efter en

undersökning av hur artister som spelar på radio beskrivs på webbsidan Allmusic tar författaren fram sammanlagt 16 olika personer som kan appliceras på populärmusikartister, till exempel pop-prinsessa och antihjälte. Viktigt för hur artisterna klassificeras har varit deras kön, sexualitet och ras, då alla personer inte är tillgängliga för alla grupper – för en manlig artist är till exempel personen pop-prinsessa inte tillgänglig.

Informationen som Donze tagit från Allmusic är de *moods* eller *stämningar* som kopplas till alla artister på sidan. Stämningarna är en samling adjektiv som beskriver artistens musik och image. De 186 möjliga stämningar som används på Allmusic har sorterats in i 19 kategorier med namn som till exempel *sofistikerad* och *aggressiv*, och kombinationer av dessa stämningar har sedan använts för att definiera olika typer av persona. Personen är viktig för artistens marknadsföring, och enligt Donze är de 16 personer som tas fram i undersökningen de personer som producenter anser vara säljbara.

Johnston m.fl (2014) har inspirerats av Donzes undersökning, men istället för populärmusik behandlar de kändiskockars ”kulinariska persona”. Till undersökningen har 44 olika kändiskockar valts ut, och deras böcker har analyserats med särskilt fokus på hur de framställer sig själva som experter och hur de gör matlagning lockande för läsarna – två saker som båda är kopplade till marknadsföring. Just hur kocken framställer sig själv som expert är intressant att undersöka eftersom genren går ut på att lära ut någonting. För att fungera lockande måste sändaren upplevas som trovärdig. Denna känsla av trovärdighet kallas i artikeln för ”artistisk legitimitet”.

Johnston m.fl. har gått in i kokböckerna de undersöker och hämtat sin information därifrån. En av de viktigaste aspekterna har varit hur kokbokens instruktioner blandas med personliga narrativ (2014:6). De tittade till exempel efter hur kockarna först blev intresserade av matlagning, vad matlagning betydde för dem, och om de ser på matlagning som en kreativ process. Johnston m.fl. har tagit fram ett antal ”personligheter” som de anser att kockarna de undersöker passar in i, till exempel *gastronom* och *pinuppa*. Precis som Donze kommer Johnston m.fl. fram till att det finns ett begränsat antal gångbara personer som nya deltagare på marknaden tvingas anpassa sig efter i marknadsföringssyfte.

2.2.2. Personabegreppet inom översättningsvetenskapen

Inom översättningsvetenskapen har personabegreppet undersökts av Yvonne Lindqvist i hennes arbete om persona i översatta kokböcker. Lindqvists arbete går idag att läsa om i *Att skapa och översätta en persona* (2011) och *Kylie Kwong Crossover* (2013) – båda utdrag från Lindqvists större (pågående) projekt *Sakprosaöversättningens funktion och ställning inom det svenska kulturella systemet – översatta kokböcker och den svenska kokboksmarknaden*. De två artiklar som finns tillgängliga idag presenterar undersökningar av hur personan skapas av ett samspel mellan text och bild i källtexten, och om personan i fråga förändras i översättningsprocessen.

Artikeln *Att skapa och översätta en persona* presenterar en undersökning av Nigella Lawsons kokbok *Nigella Bites* (2001) och dess svenska översättning *Nigella – Kort och gott* (2002), och i artikeln *Kylie Kwong Crossover* undersöker Lindqvist kocken Kylie Kwongs kokbok *Heart and Soul* (2003) och den svenska översättningen *Kylies kök* (2004). För att utföra sina undersökningar tar Lindqvist avstamp i Hallidays tre metafunktioner, den *interpersonella metafunktionen*, den *ideationella metafunktionen* och den *textuella metafunktionen*. Varje metafunktion kopplas till ett par kategorier i text och bild som Lindqvist analyserar. De språkliga drag som Lindqvist analyserar är drag som hon knutit till författarens persona; intimiserande stilmarkörer och verbprocesser analyseras i båda texterna. I den första artikeln analyseras också diskursmarkörer som skapar en förtrolig samtalsstil, och i den andra tittar Lindqvist närmare på hur bildspråket har behandlats.

I *Att skapa och översätta en persona* utgår Lindqvist ifrån hypotesen att översättningen hon undersöker ska vara acceptansinriktad, det vill säga anpassad efter målspråkskulturens normer, baserat på en bedömning av det svenska sakprosasystemet som relativt slutet. Det hon finner stöd för är snarare en adekvansinriktad översättning – en översättning som ligger nära måltexten – med en till största delen bibehållen persona, även om den är något nedtonad. Det drag som tonats ned är en form av tilltal som Lindqvist knyter till en kokbokstradition som saknas i Sverige. I artikeln *Kylie Kwong Crossover* är Lindqvists hypotes åter att översättningen kommer att vara acceptansinriktad, denna gång på grund av att det kulturella avståndet mellan Australien (Kylie Kwongs hemland) och Sverige är större än det mellan Storbritannien (Nigellas hemland) och Sverige, samt på grund av det stora avståndet mellan

det svenska köket och det kinesiska som Kwong influerats av. Den här gången får Lindqvist stöd för sin hypotes. Värt att påpeka är att Lindqvist i artikelns inledning nämner att Kwong är den minst kända av kockarna i hennes material, men hon kopplar inte detta till sin hypotes eller sitt resultat.

2.2.3. Personabegreppet i den här uppsatsen

Definitionen av persona som kommer att användas i det här arbetet är framtagen med artiklarna ovan i åtanke: *en delvis konstruerad personlighet som är till för att engagera en konsument*. Den här personligheten behöver inte vara densamma som den bakomliggande sändarens, men sändarens personlighet, värderingar och livsstil kommer att ha inverkan på personen.

För att personen ska lyckas engagera konsumenten, och därigenom vara en lyckad del av marknadsföringen, måste den upplevas som trovärdig. Personans värderingar och kunskap måste alltså knyta an till vad målgruppen förväntar sig av materialet. En persona i en kokbok måste vara bra på att laga mat, och om personen till exempel svärmar för ekologisk matlagning måste detta också återspeglas i boken.

2.3. Översättningar och den amerikanska bokmarknaden

I det här avsnittet kommer jag att gå in på amerikanska förlags attityder till översatt litteratur och vad som är viktigt för marknadsföring av översatt litteratur. Källorna som används här syftar framför allt på skönlitteratur, men mycket av det som sägs går även att applicera på facklitteratur.

Det amerikanska litterära systemet är ett mycket slutet system. Enligt Levisalles (2004) är 50 % av alla översatta böcker i världen översatta från engelska, men bara 3 % är översättningar *till* engelska. Lägg till detta det faktum att även böcker från andra engelskspråkiga länder ofta ”översätts” eller redigeras för den amerikanska marknaden och det står klart att systemet inte är särskilt öppet för yttre influenser.

Levisalles (2004) betonar att översättningar inte ses som kommersiellt gångbara i

USA:

Why would an editor buy thrillers or science-fiction abroad, when he already receives 5,000 manuscripts by mail every year, and when authors like Grisham, Crichton, Stephen King, or Mary Higgins Clark, live and write next door?

(Levisalles 2004:55)

En förläggare kan alltså tveka inför att importera skönlitteratur av en typ som redan produceras, och det är rimligt att anta att samma sak gäller för sakprosa. Varför importera en pysselbok när exempelvis Martha Stewart bor runt hörnet?

För en bok som tar sig över det första hindret och köps in för att översättas är det fortfarande mycket som återstår. Levisalles citerar Robert Baensch, chef för New York Universitys Center for Publishing, som säger att den amerikanska konsumenten inte accepterar litteratur som är för utländsk (2004:56). En liknande åsikt formuleras i en artikel av Noorda (2012). Noorda menar att en lösning för att marknadsföra böcker med stark regional anknytning kan vara att fokusera mer på bokens genre och mindre på den regionala anknytningen (2012:365). Utländsk litteratur har enligt både Levisalles (2004) och Noorda (2012) låg status, om den inte kommer från ett land som till exempel Frankrike, som anses framstående på det litterära området. Med detta i åtanke kan man tänka sig att eventuella regionala drag i Claras bok skulle kunna tonas ned, och att texten snarare blir målspråksanpassad än källtexttrogen.

3. Metod och material

Metoden jag har använt mig av är en analys i flera steg. Det första steget är att med hjälp av Claras blogg och artiklar om henne ta fram en beskrivning av Claras persona så som den framträder utanför hennes bok. Den här personen kan jämföras med den förförståelse som Clara Lidströms svenska läsare kan tänkas ha redan innan de börjar läsa boken *Vintagepimp och hemmafix*. Den inledande analysen av personen kommer jag sedan att utgå ifrån när jag undersöker den svenska versionen av Clara Lidströms bok. I materialet kommer jag fokusera på de drag som är intressantast ur ett översättningsteoretiskt perspektiv, det vill säga de drag

som gestaltas genom Claras språk och inte bara genom de ämnen som hon skriver om. Jag kommer att ta fram ett antal olika egenskaper som beskriver personan, och dessa egenskaper kommer att ligga till grund för nästa steg, nämligen textanalysen.

Analysen av översättningen är uppdelad i två delar. Den första delen är en kvalitativ analys av bokens omslag. Här kommer jag att ta hänsyn till både text och bild för att avgöra vad läsarens första intryck av personan är. Detta kan sedan jämföras med resultatet av analysens andra del. Den andra delen av analysen består av en undersökning där jag analyserar språkliga drag utifrån de olika egenskaperna. I den undersökningen kommer jag att använda mig av både kvantitativa och kvalitativa metoder. Jag kommer att förklara de olika metoderna närmare i stycket där de används.

Jag har valt att undersöka bokens fyra essäliknande texter (s. 44, 57-58, 113 och 136), introduktionen (s. 9-10) samt fyra avsnitt ur bokens kapiteltext (s. 18-21, 30, 48-51, 96-101). Tillsammans blir detta ungefär 4000 ord ur måltexten. Bokens layout och sidnumrering har bevarats i översättningen, så samma sidor gäller för både källtext och måltext. Essäerna och introduktionen är de mest personliga texterna i boken, och de texter där Claras åsikter ges störst utrymme. I kapiteltexten blandas standardiserad och personlig text, och jag har valt att fokusera på den mer personliga texttypen eftersom den reflekterar Claras persona på ett tydligare sätt. Jag har därför sorterat bort recept och liknande text som är uppenbart kodifierad.

4. Analys

I följande avsnitt kommer jag att presentera Claras persona så som den framträder utanför hennes bok för att ge en bild av vad svenska läsare kan ha för bild av Clara redan innan de läser boken. Därefter följer analysen i två delar där jag kommer att undersöka hur Claras persona framträder inuti själva boken, för att till sist jämföra källtext och måltext och undersöka hur personan ser ut i de båda texterna.

4.1. Underbara Clara – analys av en persona

Att analysera fram personan är någonting som kan göras på olika sätt beroende på vilket material man utgår ifrån, som avsnittet om tidigare personastudier visar. I en bok kommer personan till uttryck genom personbeskrivningar i texten, men också genom själva språkbruket. Om boken har bilder kommer även de att inverka på den sammansatta uppfattningen av personan. En persona som Underbara Clara existerar dessutom på flera olika ”plattformar”, och hennes persona så som den framträder i boken kommer att påverkas av hur hon framträder på sin blogg, på radio och på tv (i alla fall för den läsare som tar del av dessa olika medium).

För att definiera personan kan man använda olika attribut, till exempel *personlighet* – i det här fallet en kombination av olika egenskaper som beskriver en typ av persona (Johnston m.fl. 2014) och *sinnesstämning* (Donze 2011). I sin undersökning om persona i populärmusik använder Donze till exempel sinnesstämningarna *självssäker*, *melankolisk* och *trevlig*. De ”personligheter” som Johnston m.fl. tar fram är mer specifika och enklare att ta fram efter att personan har analyserats.

4.1.1. Clara på bloggen och i media

Clara Lidström skrev sitt första blogginlägg den 10 september 2006. Redan då kallade hon sig Underbara Clara (eller UnderbaraClara), men från början var bloggens fullständiga namn ”UnderbaraClara – The kristet, fashionistiska, feministiska alternativ du älskar” (Underbaraclara, 2008). Bloggen har flyttat ett par gånger sedan starten, men är sedan februari 2014 en del av webbtidningen *Amelia*, nu med titeln ”UnderbaraClaras värld”. Enligt Claras profil på webbsidan Kvinnliga talare hör bloggen idag till de största i Sverige.

Clara är också aktiv utanför sin blogg. Hon har gett ut två egna böcker om pyssel och mode, och skrivit tre pysselböcker för barn tillsammans med Annakarin Nyberg. Hon har även varit aktiv på radio, bland annat i programmen Pikant och Husmorsskolan där hon delat med sig av husmorstips. År 2011 var hon även sommarpratare.

Claras blogg började som en modeblogg – någonting som låg helt i tiden när bloggen

startade. I *Ändra världen – bloggarnas historia i Sverige* (2013) skriver Jonas Söderström att det var mellan 2005 och 2007 som antalet kvinnliga bloggare först började öka, ”från en dryg tredjedel till över tre fjärdedelar” (2013:6). Många av de nya bloggarna var unga kvinnor som skrev om smink och mode, och Clara var en av dem. I början handlade många inlägg om vad Clara hade köpt eller vad hon hade på sig en viss dag, och tidigt blev det tydligt att Clara var intresserad av vintage, second-hand och loppisfynd. Det första pysselinlägget kom tidigt i bloggarnas liv, i oktober 2006, och det första inlägget i kategorin ”Clara ryter ifrån” kom den 30 augusti 2007 – när bloggen var nästan ett år gammal (Underbar Clara 2007). De första inläggen i kategorin ”Clara ryter ifrån” handlade om miljöfrågor, feminism och nykterism, och även om Clara tagit upp andra frågor efterhand som de blivit relevanta i hennes liv (idag när Clara är mamma handlar många inlägg om hennes tankar kring föräldraskap) så har den politiska kärnan förblivit densamma.

Som man kan se i bloggarnas ursprungliga undertitel, ”the kristet, fashionistiska, feministiska alternativ du älskar” var Clara redan från början öppen och tydlig med sina värderingar. Bloggen har utvecklats genom åren, men de ursprungliga värderingarna har följt med. I en intervju från 2014 beskriver Clara själv sin blogg så här:

Min blogg är nog en klassisk livsstilsblogg. Täcker in allting som jag är intresserad av. Inredning, matlagning, barn, mode, feminism, politik och miljöfrågor. Jag bor på ju på går [sic] på landet och satsat på att bli självförsörjande på mat med tiden, så odlandet och ekolivet är viktigt för mig. På det sättet skiljer jag mig väldigt mycket från de andra stora bloggarna i Sverige. Jag står med ena foten i gödselstacken och den andra i medievärlden. Bokstavligt talat.

(Lind, 2014)

Det som Clara antyder här, och det som har skilt hennes blogg från andra bloggare av en liknande typ, är kontrasten som finns på hennes blogg. Clara bloggar om pyssel, inredning och mode, men hon skriver också krönikor och långa politiska inlägg som ofta delar läsarskaran i två läger. När det handlar om föräldraskap och samhällsfrågor är Clara bestämd med sina åsikter, och många gånger kontroversiell. I dokumentären ”De obekväma” från 2014 talar Clara till exempel om hur kritisk hon är till dagens arbetslinje (Webb-TV.nu). Clara har varit en framträdande figur inom den så kallade ”hemmafrutrenden”, men också varit tydlig med att det är hon som försörjer hela sin familj (Björk 2009, Brolin 2011).

4.1.2. Claras persona i boken

Med inspiration från Donzes undersökning om persona i populärmusik har jag tagit fram ett antal egenskaper som kan användas för att beskriva Claras persona så som den framträder i hennes bok. Det går att knyta många egenskaper till kategorierna på Claras blogg, till exempel huslig, politisk och modeintresserad. En del av dessa egenskaper går att återfinna även i hennes bok – Clara illustrerar till exempel sitt modeintresse genom att visa upp och skriva om sina loppisfyndade klänningar. Det som är mest intressant för den här undersökningen är dock att undersöka egenskaper som säger mer om Claras personlighet och mindre om hennes intressen, som till exempel ”modeintresserad” gör.

Med utgångspunkt i den inledande analysen av Clara ovan har jag tagit fram sex stycken egenskaper som kan användas för att definiera hur Clara framstår i boken. Clara är *öppen* med sina tankar och bjuder in läsaren i sitt hem, hon är *gammaldags* och inspireras gärna av sin mormors generation, hon bjuder in läsaren i sitt liv på ett sätt som är väldigt *personligt*, hon är starkt *rotad i folkhemmet*, hon är *bestämd* med sina åsikter, och hennes persona präglas av *kontraster*. För att hitta de här egenskaperna har jag utgått ifrån mitt eget intryck av Clara efter att ha läst hennes bok och sedan försökt sammanfatta intrycken i olika kategorier – eller egenskaper. Egenskaperna har jag sedan sökt stöd för i texten.

Även om alla egenskaperna jag tagit fram har textuellt stöd är det inte alla som är så lätta att avgränsa, och inte alla som tar sig ett uttryck som så säkert kommer att påverkas i översättning. Egenskapen *öppen* visar sig i textens innehåll snarare än i ett visst språkligt drag, och Claras *kontraster* genomsyrar hela texten och påverkar alla de andra egenskaperna. Den här analysen kommer därför att fokusera på egenskaperna *gammaldags*, *personlig*, *rotad i folkhemmet* och *bestämd*. Dessa fyra egenskaper går alla att knyta till ett eller flera språkliga drag som jag kommer att titta närmare på i min textanalys. Egenskaperna och deras språkliga uttryck presenteras i tabell 1. nedan:

Tabell 1. Claras persona

KATEGORI	BESKRIVNING	SPRÅKLIGT UTTRYCK	EXEMPEL
Gammaldags	Många av Claras förebilder är kvinnor ur hennes mormors generation och hon använder gärna ord och uttryck som hon lärt sig av dem.	Dialekt och ålderdomliga ord och uttryck.	”Så jag bestämde mig för att <u>förekomma</u> allt <u>näsrynkande</u> ”
Personlig	Bloggen är till sin natur ett dialogiskt medium och Clara är i första hand bloggare. Clara bjuder in sina läsare till sitt hem och sitt liv.	Omtal och tilltal, språkhandlingar.	”Det som är bra med att pysslet ligger framme är att <u>du</u> faktiskt kommer ihåg att använda det”
Rotad i folkhemmet	Claras utgångspunkt är hennes hem i Norrland, och även när hon skriver om annat är det svenska centralt.	Kulturspecifika ord.	”Slott i Sydfrankrike, en <u>herrgård i Sörmland</u> eller en pampig <u>Västerbottensgård</u> vid en brusande <u>älv</u> ?”
Bestämd	När Clara har en åsikt är hon tydlig med den. Hon lindar inte in sina påståenden för att undvika att trampa någon på tårna.	Understrykningar och brist på garderingar.	”Köper du nytillverkade skor för 199 kronor kan du vara <u>hundra procent säker</u> på att någon i produktionsledet har blivit <u>utnyttjad</u> .”

I tabellen ovan ser vi de fyra egenskaperna i Claras persona som jag valt att fokusera min undersökning på. Jag har sammanfattat personans egenskaper som *gammaldags*, *personlig*, *rotad i folkhemmet* och *bestämd*. Egenskaperna överlappar förstås, och ett uttryck kan i vissa fall spegla mer än en egenskap, men för undersökningens skull är det enklast att separera dem på det här viset. Dialektala eller ålderdomliga ord och uttryck speglar egenskapen *gammaldags*, tilltalet i texten är ett sätt att visa hur Clara är *personlig*, ord som på något sätt är knutna till Sverige får spegla egenskapen *rotad i folkhemmet* och sättet som Clara använder eller inte använder understrykningar och garderingar markerar egenskapen *bestämd*.

4.2. Bokens yttre

Den här delen av analysen är en kvalitativ undersökning där jag jämför källtext och måltext. Jag studerar bokens omslag, titel och baksidestext för att komma fram till vad dessa förmedlar om Claras persona och hur de tilltalar bokens målgrupp. Bilden på bokens framsida är en stor del av läsarens första intryck, och jag kommer därför att undersöka både text och bild i den här delen av analysen.

4.2.1. Titeln

Den svenska titeln på Claras bok är *Underbara Clara: Vintagepimp och hemmafix*. Redan första delen av titeln anspelar på personan som Clara etablerat på sin blogg och gör det tydligt att det är denna persona som står som avsändare för boken. Undertiteln är finurlig och säljande och markerar vad boken kommer att handla om – inredning och second hand. Orden skapar också en känsla hos läsaren om vilken nivå boken kommer att ligga på. Istället för att använda just orden *inredning* och *second hand* väljer Clara de stilmässigt lite lägre *vintagepimp* och *hemmafix*. Ordet *hemmafix* känns relativt etablerat, men *vintagepimp* är lite ovanligare och värt att studera närmare. Verbet *att pimpa* finns belagt på svenska sedan 2003 och kom med i Nyordslistan 2007 (Institutet för språk och folkminnen). Idag används det ofta som en modernare, lite tuffare motsvarighet till *att piffa upp* någonting. I en sammansättning med ordet *vintage*, som brukar syfta på lite finare secondhand-saker skapas en kontrast mellan det ofta lite sköra vintagebegreppet och det mer moderna *pimpa*. Redan här får läsaren som inte är bekant med Claras blogg en aning om hur personan *Underbara Clara* är: en blandning mellan tuff och skör, och mellan gammalt och nytt.

Bokens engelska titel är *Vintage Crafts: 75 do-it-yourself decorating projects using candles, colors and other flea market finds*. Till skillnad från i den svenska titeln så markeras Clara inte tydligt i den engelska titeln. Här finns istället ett starkt fokus på innehållet – först *vintage crafts* (ung. *vintagepyssel*), följt av en siffra på hur många projekt som ingår i boken. Titeln ger ett kodifierat intryck, som om det skulle kunna finnas en hel serie med boktitlar

som följer samma formel. Vid närmare undersökning visar det sig att förlaget gett ut fler böcker med liknande titlar, till exempel *Warm Mittens and Socks: Dozens of Playful Patterns and Skillful Stitches to Knit, Crochet and Embroider*, och *Fun with Yarn and Fabric: Over 50 Easy and Fun Projects to Sew, Crochet and Embroider*, båda översatta från svenska (Skyhorse Publishing).

I den svenska bokens titel är det tydligt att boken handlar om Clara. Underbara Clara är namnet som Clara blivit känd under. Man skulle kunna säga att det är namnet på hennes persona. Eftersom bloggen och boken delar namn blir kopplingen mellan de två tydlig. I undertiteln signaleras vad boken handlar om: att göra det fint hemma.

I översättningen har boken anpassats efter målspråskulturen på två sätt. Clara Lidströms persona Underbara Clara framträder inte i titeln på det sätt som ska locka den svenska läsaren. Översättaren har valt att inte behålla personans namn alls (även om detta såklart kan vara förlagets beslut). Istället för att sälja boken med hjälp av personen så säljs den amerikanska översättningen med tydliga nyckelord som ska locka läsaren. Redan här finns alltså en antydning om strategierna som kan tänkas ligga bakom översättningen av boken: en målspråksanpassad översättning som marknadsförs som en pysselbok.

4.2.2. Framsidan

Källtexten

Bilden på framsidan av den svenska utgåvan av Claras bok föreställer en kvinna – Clara själv – som är på väg förbi en byrå. Bilden är beskuren så att Claras överkropp inte syns, bara hennes ben. Hon har på sig en knälång röd klänning med vita prickar och vita högklackade skor med öppen tå. I handen håller hon en bukett med vad som ser ut att vara vita och lila ängsblommor. Clara är i rörelse; hennes ena fot är lyft, och den och blommorna är suddiga av rörelseoskärpa.

Byrån som Clara är på väg förbi är en äldre grå byrå som har dekorerats med en handmålad rosenbuske som sträcker ut sig över lådorna. Byrån står på ett vitmålat trägolv. Den har mörka knoppar, och en låda saknar sin knapp. Ovanpå byrån står en samling med färgburkar som det har runnit färg från.

Nedanför Claras fötter, med det vita trägolvet som bakgrund, står bokens titel. Ordet ”UnderbaraClara” är skrivet i ett typsnitt som efterhärmar korsstyggn. Färgen är en röd nyans som matchar Claras klänning, men som också för tanken till gamla broderade ordspråk som så ofta är broderade med röd tråd på vit bakgrund. Intrycket moderniseras och livas upp genom att bokstäverna är sammanlänkade med tecknade trådar som löper på ovansidan av ”tyget”. Undertiteln, ”Vintagepimp och hemmafix”, är skriven med svart text i ett stramare typsnitt som för tanken till en skrivmaskin.

Hur speglar omslagsbilden Claras persona? Egenskaperna överlappar naturligtvis, men det går ändå att koppla vissa detaljer i bilden till vissa egenskaper. I Claras kläder och den gamla byrån syns hennes förkärlek för det som är gammaldags; i de slarvigt uppställda färgburkarna, rörelseoskärpan och den saknade knoppen syns det personliga. Det svenska kommer igen i blommorna men också i det vitmålade trägolvet som varit så populärt i Sverige. Det svåraste är att säga var det bestämda syns. Till viss del syns även det i färgburkarna – det krävs trots allt en bestämd person för att vara öppen med sin egensinnighet – men det bestämda är annars den egenskap som är svårast att förmedla enbart i bild. Den visuella kontrasten i titeln markerar kontrasten hos Clara: å ena sidan gammaldags och rotad i det svenska, å andra sidan personlig och bestämd med hur hon vill att saker ska vara.

Måltexten

Bilden på den amerikanska utgåvans framsida föreställer samma byrå som den svenska utgåvans, men kompositionen är en annan. På den här bilden sitter Clara nätt på byrån och bakom henne anas en öppen gammal trädörr. Hon har på sig en svart kjol med vita prickar och samma vita skor som på det svenska omslaget. Claras ena ben är uppdraget och hennes solbrända smalben hamnar i fokus. Här syns det att hennes tånaglar är målade rosa. Det är över huvud taget en väldigt kvinnlig bild. Claras högra hand vilar på hennes lår, och med den vänstra stöder hon sig mot byrån. I den vänstra handen håller hon en bukett med blommor, bland annat gula och röda rosor. Den här buketten ger ett mer städat intryck än den lite rufsigare buketten på det svenska omslaget. Här saknas ingen av knopparna på byrån, men två av lådorna har bytt plats med varandra, så att den målade rosenbusken ger ett mer föränderligt intryck.

Den här bilden är tagen på kortare avstånd, och skillnaden mellan bakgrund och

förgrund blir mindre. Man skulle kunna säga att förgrunden utgörs av bokens titel som, eftersom den är längre än den svenska titeln, tar upp mer plats på framsidan. Den svarta texten skapar en tydlig kontrast mot det vitmålade trägolvet och framhäver titeln ytterligare.

Jämförelse

I jämförelse med den svenska utgåvan ger den amerikanska ett mer tillrättat intryck. Här finns inget slarv – Clara springer inte runt, utan sitter still. Färgburkarna har städats bort från byrån och den saknade knoppen sitter nu på plats. Det lekfulla korsstygntypsnittet har slätats ut och ersatts av ett mer neutralt typsnitt.

Vad har då hänt med personen? Det som finns kvar är framför allt detaljerna som visar det gammaldags och till viss del det svenska; den gamla byrån är en konstant och är Claras koppling till den äldre generationen. Det vita trägolvet är detsamma, även om det som ensam ”svensk” detalj inte blir lika utmärkande – utan någonting annat som placerar det i Sverige skulle bilden kunna vara tagen var som helst. Nytt är dörren som syns i bakgrunden och som bildar ännu en koppling till det som är gammaldags.

Det är värt att påpeka att bilden på det amerikanska omslaget inte är tagen specifikt för ändamålet. Det är en beskuren version av en bild som återfinns inne i boken (s. 36). Clara har alltså valt att framställa sig själv på de två olika sätten (med undantag för att bilden på översättningens framsida är hårdare beskuren än versionen inne i boken). Men det är också det amerikanska förlaget som bestämt vilket det första intrycket som läsaren får av boken ska vara, och det intrycket är mer vackert än slarvigt, mer tillrättat än kaotiskt.

4.2.3. Baksidan

Den svenska bokens baksida pryds av en bild på Clara som sitter i en trappa. Hon har på sig samma röda klänning som på framsidans bild, men på den här bilden är hon barfota. Hennes hår är uppsatt i en enkel knut. Clara sitter med benen uppdragna och stöder huvudet i sin ena hand, den andra ligger i hennes knä. Hon tittar rakt mot betraktaren och ler.

Trappträcket har samma klarröda färg som Claras klänning, och man kan se att färgen har skavts bort från ovansidan. Förutom den klarröda färgen går resten av bilden i ljusa färger

– väggarna är vitmålade och trappan är ljusgrå. Bredvid Clara i trappan står en tekopp på sned på ett fat och bakom henne finns två högar med böcker och två pelargonkrukor. Den ena krukans balanserar ovanpå en hög med böcker och papper. Bilden ger ett informellt, avslappnat intryck. Den är iscensatt och stylad, men samtidigt bjuder Clara in betraktaren i sitt hem och till sin vardag.

Även här syns Claras gammaldags egenskap i det gamla huset hon har valt att bo i. Det personliga syns i att hon låter slarvet synas: böckerna i trappan, tekoppen på sned, pelargonen som står och balanserar på en boktrave. De rosa pelargonerna anknyter möjligen till det svenska, men det är subjektivt. Precis som med framsidan är det dock svårt att se den bestämda delen av Clara i en bild.

Översättningens baksida är helt annorlunda. Här finns ingen bild på Clara. Istället är baksidan svart med vit och olivgrön text. Texten tar upp större delen av utrymmet. Mitt på baksidan finns fem miniatyrer av bilder från boken som alla föreställer pysselprojekt. Sakerna på bilderna är gamla; det finns ingen plast eller elektronik – detta anknyter till det gammaldags draget. Det personliga syns i Claras inredningsstil, men det svenska och det bestämda syns inte här.

Den svenska baksidestexten inleds med orden: ”En pampig Västerbottensgård, ett radhus i Sörmland eller en etta på 14 kvadratmeter i innerstaden? Oavsett hur du bor hittar du här otaliga pysselprojekt som gör ditt hem unikt och personligt.” Resten av texten består av en presentation av Clara Lidström där det förutom att hon driver en av Sveriges största livsstilsbloggar även står ett par ord om hennes medverkande i TV och radio. Ett par ord om vad man kan förvänta sig av boken kommer också: inredningstips, inspiration och personliga betraktelser.

Den här texten riktar sig till en svensk läsare som är väl förtrogen med TV- och radiokanalerna som nämns, även om man inte måste känna till Claras program för att förstå och ta till sig texten. De inledande meningarna är starkt knutna till Sverige och det svenska, både genom enskilda ord (*Västerbottensgård*, *Sörmland*) och genom hela uttryck (*en etta på 14 kvadratmeter i innerstaden*). Förutom att presentera Clara och hennes bok syftar texten till att definiera bokens målgrupp: människor som är intresserade av inredning och som vill att deras hem skall vara *unika* och *personliga*. I och med de personliga betraktelserna som nämns är målgruppen sannolikt också intresserad av Clara som person.

Den egenskap som är tydligast i baksidestexten är kopplingen till det svenska, även om det personliga också är med på ett hörn. Men det allra viktigaste som den svenska baksidestexten gör är att markera hur viktig just Clara är för boken. Det här är inte vilken pysselbok som helst, det är Claras bok, och den kommer att vara intressant för den som tycker om hennes blogg.

Den engelska baksidestexten är inte en översättning av den svenska, utan helt nykomponerad för den amerikanska utgåvan. Texten inleds med orden: "Create the house of your dreams with the flair of yesterday" (*skapa drömhuset med gårdagens elegans*). I lite mindre bokstäver följer en text om bokens innehåll:

Vintage flair isn't just classy and cute; it's fun to create and perfect for any budget. So let creativity run rampant on trips to the flea market and don't back down from that deal at the yard sale. Follow Clara room by room and learn the best ways to liven up secondhand furniture, turn old fabric into patchwork projects, and interject some fifties-era flair into your bargain bin teacups, jewelry, and more. Get inspired by vintage chic and "pimp" your home in classic style.

Precis som den svenska baksidestexten har den här texten som syfte att sälja boken, men metoden är lite annorlunda. I den här texten handlar det framför allt om vad läsaren kommer kunna göra med bokens hjälp. Inredningstipsen och inspirationen som nämns i den svenska baksidestexten lyfts fram, men Claras personliga betraktelser nämns inte alls.

Efter denna text kommer exempel på fem projekt ur boken, som det också finns bilder på. Även detta är någonting som ska dra in läsaren och locka till köp redan innan boken öppnats. Under bilderna finns till sist en kort presentation av Clara. Beskrivningen börjar med att presentera Clara som en professionell fotograf och journalist som skriver en av Skandinavians mest populära livsstilsbloggar. Hon kopplas till matlagning, heminredning, hemodling och pyssel innan texten avslutas med att berätta att hon bor med sin familj, sin hund, två grisar och några hönor i Västerbotten i Sverige.

Här kommer inte Claras persona fram på samma sätt som på det svenska omslaget. Det som är gammaldags finns där i och med textens fokus på vintage, men det framställs som modernt med uttrycket "vintage *chic*" (min kursivering). Det personliga finns med i textens fokus på skapande och att hitta sin egen stil. Det svenska finns inte alls med, och inte heller det bestämda.

Skillnaden mellan källtext och målttext är stor. Målttextens baksida är helt nykomponerad och fokuserar inte på Clara på samma sätt som källtexten gör. Istället handlar det om vad läsaren kommer att kunna lära sig, och vilka projekt som finns i boken. Den engelska texten om Clara är närmast ett författarporträtt, och det är inte självklart i vilken utsträckning boken handlar om henne som person.

4.3. Innanför pärnarna

I den här delen av analysen kommer jag att fortsätta att jämföra källtext och målttext och undersöka de språkliga dragen som jag kopplat till personans fyra egenskaper. För egenskapen *gammaldags* kommer jag att titta närmare på ålderdomliga ord och uttryck, för egenskapen *personlig* kommer jag att titta på tilltal och språkhandlingar. När det gäller egenskapen *rotad i folkhemmet* kommer jag att titta på kulturbundna ord och uttryck, och för egenskapen *bestämd* kommer jag att titta på hur Clara använder eller inte använder garderande ord och uttryck. Textpartierna som jag valt ut är bokens fyra essäer, inledningen och fyra utdrag ur bokens kapiteltext, sammanlagt ungefär 4000 ord.

4.3.1. Gammaldags

Delen av Claras persona som betecknas som *gammaldags* för med sig kontraster. Clara säger själv att hon ”står med ena foten i gödselstacken och andra i medievärlden” och det kommer fram i den här kategorin. På den textuella nivån fångas egenskapen enklast med hjälp av Claras ordval – gammaldags eller dialektala ord och uttryck som ställs emot modernare slanguttryck. I översättningen har Claras gammaldags språk behandlats på lite olika sätt. Ur mitt material har jag plockat ut de ord och uttryck som jag bedömer som viktiga för hur Claras gammaldags egenskap visar sig: idiom, dialektala uttryck eller ord som är markerade som vardagliga i Svenska Akademiens ordbok. Detta har gett 44 exempel som jag sedan sorterat efter vilken strategi som översättaren använt för att överföra dem till engelska. För att avgöra hur översättningen förhåller sig till källtexten har jag använt mig av Norstedts ord.se och den amerikansk-engelska ordboken Merriam-Webster på nätet.

För att ordna mina resultat har jag tagit inspiration från ekvivalenstyperna som Bo Svensén tar upp i *Handbok i lexikografi* (2004), nämligen fullständig ekvivalens, partiell ekvivalens och nollekvivalens. Enligt Svensén innebär *fullständig ekvivalens* att det ”råder fullständig överensstämmelse mellan uttryck i två språk i fråga om betydelse och bruklighet” (2004:315). Ett exempel på detta skulle kunna vara *skottår* och *leap year*. Min definition är lite mer generös än så. Jag har undersökt om uttrycken i källtext och måltext förmedlar samma betydelse med samma ton; orden behöver alltså inte vara fullständigt synonyma i alla avseenden. *Partiell ekvivalens* innebär att det råder viss överensstämmelse, men att någon nyans går förlorad i översättningen, som till exempel *mormor* och *grandmother*. Det här kan innebära ett antal olika saker och jag kommer därför att ta upp ett par exempel på olika former av partiell ekvivalens i mitt material. Svensén använder *nollekvivalens* för att beteckna ord och uttryck som helt saknar motsvarighet i målspråket (t ex svenskans *julgransplundring*). I min undersökning har jag däremot använt det för lösningar som inte överensstämmer alls med källtexten – i det här fallet en ersättning och en strykning.

De gammaldags orden och uttrycken i Claras text har översatts på följande vis:

Tabell 2. översättningar av Claras gammaldags ord och uttryck

KATEGORI	ANTAL FÖREKOMSTER
Fullständig ekvivalens	7
Partiell ekvivalens	35
Nollekvivalens	2
Summa	44

Det absolut vanligaste är att Claras gammaldags ord och uttryck översätts med någon form av partiell ekvivalent. I många fall innebär detta att dimensionen som skapar Claras gammaldags egenskap går förlorad i översättningen.

Fullständig ekvivalens

I den här kategorin ingår de lösningar som har samma språkliga effekt på engelska som i den svenska källtexten. Som tabellen visar är det relativt få av Claras speciella uttryck som översatts på det här viset, men det finns ändå ett antal exempel.

(1)

KT: När ett helt nytt möblemang går att köpa för en spottstyver – finns det då någon mening med att spara på gamla saker?

MT: When brand new furniture can be bought for a pittance is there any real reason to save the old stuff?

(s. 57)

(2)

KT: Knepet för att undvika detta är att samla ihop pryttlarna i små stilleben.

MT: To avoid this, cluster your knickknacks in mini-installations.

(s. 51)

Svenskans *spottstyver* är ett ord som idag är relativt ovanligt. Det förekommer 750 gånger i språkbankens KORP – i jämförelse med *pengar* som förekommer 381 101 gånger (Borin m.fl. 2012). *Spottstyver* har översatts med *pittance* (*struntsomma*, *spottstyver*), som ger samma gammaldags känsla. Precis som *spottstyver* är *pittance* ett ovanligt ord (mindre än 300 förekomster i Corpus of Contemporary American English, i jämförelse med *money* som förekommer 188 137 gånger). *Pryttlar* är också ett ovanligt ord och har översatts med *knickknacks* (*krimskrams*, *grannlåt*), ett ord som ligger nära den svenska originaliteten.

Partiell ekvivalens

Det finns ett antal olika typer av partiell ekvivalens i texten, och jag kommer därför att ta upp ett par exempel som illustrerar återkommande drag. En variant är att det svenska uttrycket översätts med en hyperonym, någonting som i allmänhet slätar ut texten:

(3)

KT: Med en riktigt fin tapet kan du ha nästan hur skruviga möbler som helst.

MT: With really nice wallpaper, you can have old, vintage furniture.

(s. 44)

(4)

KT: Sådant som är lite skruvigt och kanske inte ens särskilt fint.

MT: They might not even be that nice looking.

(s. 10)

(5)

KT: På loppis blir jag utmanad att tänka nytt och innovativt för det är inte tvärenkelt att inreda fint med gammalt skrot.

MT: At the flea market, I'm challenged to think one step further and in an

innovative way, because it's not easy to decorate beautifully with old junk.
(s. 58)

I exempel 3 och 4 använder Clara ordet ”skruttig”, ett vardagligt ord som beskriver någonting som på något sätt är undermåligt (Svenska Akademiens ordbok). Ordets negativa konnotationer förstärks i det första exemplet av de kringliggande orden ”hur ... som helst”. I översättningen har det vardagliga ordvalet försvunnit, och de negativa konnotationerna ersatts av någonting betydligt mer positivt i och med ordet ”vintage”, som vanligen används för att beskriva någonting som är gammalt och värdefullt (Merriam-Webster). Det vardagsnära, lite förringande uttrycket har alltså ersatts av någonting mer positivt, med mer eleganta konnotationer.

I det andra exemplet beskriver Clara sådant som hon kan köpa på loppis för att pynta. Här är den svenska texten inte lika bestämd som i det första exemplet, utan istället används ett mer garderande *lite* för att modifiera ordet *skruttig*. I översättningen försvinner åter det vardagliga ordvalet för att ersättas av ett mer försiktigt alternativ (ung. *som inte ser så bra ut*).

Det tredje exemplet visar en ovanlig sammansättning. Ordet finns inte med i Svenska Akademiens ordbok eller Svenska Akademiens ordlista, och en google-sökning på ”tvärenkelt” (med sökinställningen ”endast ordagrant”) ger ungefär 22 000 resultat – framförallt från bloggar och internetforum. Man kan alltså säga att det handlar om en vardaglig, inte helt vanlig konstruktion, antagligen härledd från ord som ”tvärsäker” (SAOL tar upp liknande ord, som ”tvärlisk” och ”tvärmätt”). Översättaren har inte försökt överföra ordets unika karaktär med ett liknande ord, utan istället fokuserat på ordets betydelse och översatt det med *easy – enkelt*.

Svenska fasta uttryck har genomgående översatts med engelska fasta uttryck, ofta det som står som förslag i en svensk-engelsk ordbok – även om de inte alltid ligger på samma nivå som källtextens uttryck. Det kan röra sig om idiomatiska uttryck som förlorar sitt bildspråk i översättningen eller om ord som översatts enligt ordbokens förslag, även om resultatet blir en annan språklig nivå/känsla än i källtexten:

(6)
KT: Och det är det som är det fina i kråksången.
MT: And this is the beauty of it.

(s. 9)

(7)

KT: Trots att det säkert är tretton år sedan kan jag fortfarande gräma mig över den där tylldrömmen.

MT: Although that was thirteen years ago, I still sometimes fret over that tulle dream.

(s. 30)

(8)

KT: Sortera dina stilleben i små teman; genomskinliga glasprylar, alla små porslinsdjur, pelargonsticklingarna, udda kaffekoppar och så vidare.

MT: Organize your mini-installations by themes: translucent glass gadgets, small porcelain animals, geranium cuttings, odd coffee cups, and so on.

(s. 51)

Det svenska idiomet ”det fina i kråksången” har ett tydligt bildspråk, och antyder även att det som omtalas är någonting positivt omgivet av mindre positiva saker. I översättningen har uttrycket förlorat sitt bildspråk och en del av sina konnotationer, men ersatts av ett idiomatiskt engelskt uttryck (ung. *det vackra med det*).

Att ”gräma sig” över någonting är ett uttryck som enligt Svenska Akademiens ordbok anses något vardagligt eller gammalmodigt. Uttrycket definieras som att ”känna djup o. varaktig sorg” (Svenska Akademiens ordbok). I texten är det en klänning som Clara grämer sig över att hon inte köpte, och hon använder med största sannolikhet begreppet på ett något överdrivet sätt. Den engelska översättningen *fret* är ett alternativ som föreslås på Norstedts ord.se, även om det inte bär på samma typ av konnotationer. Ordet *fret* brukar för det mesta användas i betydelsen ”oroa sig” (Merriam-Webster).

Ordet *prylar* har översatts med *gadgets*, ett ord som enligt Merriam-Webster betyder ”an often small mechanical or electronic device with a practical use but often thought of as a novelty” – ungefär en ”manick” eller ”apparat” på svenska. Sökningar på ”glass gadget” leder till sidor där Google Glass (Googles glasögon med inbyggd skärm) diskuteras, men inga resultat där *gadget* skulle kunna tolkas som *prydnad*. Att använda *gadget* är med största sannolikhet ett misstag från översättarens sida, och misstag som detta gör att man kan ifrågasätta om översättaren har engelska som modersmål. Tyvärr är det mycket möjligt att den här typen av misstag drar ner läsarens helhetsintryck av boken och gör Claras persona mindre trovärdig.

När källtexten innehåller negativt laddade ord och uttryck slätas de ibland ut helt (som kan ses i de båda förekomsterna av ”skruttig” ovan), och överförs ibland med ord som är mer

negativa än källtextens alternativ.

(9)

MT: Om du som jag älskar småryllar och krafs kan det lätt kännas lite rörigt hemma.

KT: If you're like me and love small trinkets and junk, it can easily begin to feel a bit messy at home.

(s. 51)

(10)

MT: Min åsikt, ärade gäster, är att den goda smaken kan ta sig i baken!

KT: In my opinion, my honored guests, good taste can go screw itself.

(s. 44)

Krafs definieras i Svenska Akademiens ordbok som någonting ”obetydligt l. värdelöst o. d.: skräp, småplock, ”rafs”, strunt”. Så som Clara använder ordet syftar det framför allt på *småplock*. Ordet har översatts med engelskans *junk* som betyder *skräp* eller *skrot*. Ordet *junk* är inte så starkt negativt som andra tänkbara alternativ, men det sticker ändå ut i den annars positiva texten.

Svenskans ”ta sig i baken” är ett ganska snällt uttryck, som i källtexten ger en lustig effekt eftersom det dessutom ingår i ett rim. Måltextens kraftuttryck är avsevärt mycket mer negativt. Här kan man ifrågasätta hur uttrycket påverkar den amerikanska målgruppens syn på Clara. I *Konsten att översätta* skriver Rune Ingo att kraftuttryck kräver ”gott omdöme av översättaren, eftersom de kräver en god känsla för kulturell anpassning” (Ingo 2007, 154), och just den kulturella anpassningen finns inte riktigt med här. Det kraftigare ordvalet tillsammans med amerikaners lägre tolerans för kraftuttryck kan i det här fallet göra att Clara framstår som mindre kompetent, om inte direkt osympatisk.

Nollekvivalens

De exempel som jag sorterat som nollekvivalens i mitt material är en ersättning och en strykning:

(11)

KT: Det kan vara en prålig skänk, ett kaffemått i bakelit eller en tallrik med ett ovanligt motiv.

MT: It may be a flashy dress, an elite coffee powder measure, or a plate with an unusual pattern.

(s. 58)

(12)

KT: Därefter släpades de in i mitt ommöblerade flickrum där de andaktsfullt fick gå runt och beundra.

MT: They were dragged into my refurbished childhood room, where they got to walk around and admire.

(s. 136)

I exempel 11 har ”prälig skänk” helt ersatts av engelskans ”flashy dress” (flott klänning). Det är lite oklart varför översättaren har gjort det här valet, men det gör att Claras loppisletande knyts starkare till hennes modeintresse i måltextextemplet. Den gammaldags känslan i ordet *prälig* bevaras inte i engelskans modernare *flashy*. Ordet *andaktsfullt* i exempel 12 har strukits helt ur måltexten, och resultatet blir något utslätat.

Sammanfattning

Den första iakttagelsen man kan göra baserat på det här materialet är att översättningen av Claras gammaldags ord och uttryck pekar mot en acceptansinriktad översättningsstrategi. Unika drag i källtexten slätas ut till fördel för ett språk som är enklare och till viss del mer positivt än källtextens, som när *skruttig* byts ut mot olika alternativ. Samtidigt leder en del lösningar till en starkare negativ ton än källtextens, som när *ta sig i baken* översätts med *go screw itself*. Att det finns så få ord i kategorin *fullständig ekvivalens* talar också för en acceptansinriktad strategi: att överföra Claras personliga ord och uttryck har inte varit det viktigaste för översättaren. Den acceptansinriktade strategin har en utslätande effekt på texten, och därmed också på personans gammaldags drag.

De negativa ordvalen och mindre lyckade översättningarna är möjligen påverkade av att översättaren inte verkar ha engelska som modersmål. Ur ett marknadsföringsperspektiv är detta mindre önskvärt, eftersom det ger ett slarvigt intryck. Det är också möjligt att Clara framstår som mer aggressiv och mindre sympatisk i översättningen till följd av lösningarna som hamnar i kategorin *Negativt ordval*.

4.3.2. Personlig

Clara är i första hand bloggare och van vid att tala direkt till sina läsare. På en blogg finns alltid möjligheten för läsare och bloggare att interagera i kommentarsfältet, och det är därför naturligt att stilen i blogginläggen blir dialogisk – läsaren tilltalas direkt, bloggaren själv kanske ställer frågor, och så vidare. Den typen av möjligheter till interaktion saknas i en bok, men Claras personliga tilltal finns kvar i hennes texter. Hon vägleder läsaren genom olika pyssel med ett återkommande du-tilltal och bjuder också in läsaren genom att berätta mycket om sig själv i första person. Clara berättar också om saker som när hon köpte sitt hus med ett ”vi” som syftar på henne och hennes familj. Detta bjuder in läsaren att delta i Claras liv och bidrar också till textens personliga prägel.

Språkhandlingar

Lennart Hellspong och Per Ledin tar i boken *Vägar genom texten* upp ett par olika saker som kan markera en dialogisk stil: förutom du-tilltalet nämner de språkhandlingarna fråga och interjektion (1997:206). Uppmaningen är en annan språkhandling som gör stilen mer dialogisk då den är en direkt interaktion mellan text och läsare. Den här typen av språkhandlingar är vanliga i Claras texter: i hennes essäer är hela 10 % av språkhandlingarna frågor och det finns även ett flertal utrop och uppmaningar. I måltextern har antalet frågor i essätexterna minskat en aning, men de uppgår ändå till 8 %. För det mesta översätts frågor med frågor och utrop med utrop som i följande exempel:

(13)

KT: Slott i Sydfrankrike, en herrgård i Sörmland eller en pampig Västerbottensgård vid en brusande älv? Jag har drömt många husdrömmar. Men det jag till sist köpte var ett putshus från trettioalet. Ganska ordinärt - men med ett extraordinärt bra pris!

MT: A castle in the south of France, a mansion in the Rhineland, or a grand yard by a murmuring river? I have dreamed many dreams about the house I would have. But what I finally bought was a stucco house from the '30s. Pretty ordinary - but at an extraordinary price!

Innehållet i den första meningen har förändrats (någonting som jag kommer att gå in på i avsnittet om Claras egenskap Rotad i folkhemmet) men källtextens fråga har översatts med en

fråga. Claras utropstecken i slutet av exemplet har också överförs till måltexten.

Tilltal och omtal

I en svensk text översatt till engelska skulle man kunna förvänta sig en större andel *you* i måltexten än *du* i källtexten eftersom svenskans generella *man* vanligtvis uttrycks med *you* på engelska (Estling Vannestål 2007:329). Något som är speciellt för mitt material är dock att Clara aldrig använder svenskans generella *man*. Istället skriver hon *du*. Effekten som detta ger är att det personliga draget i texten förstärks ytterligare; Clara pratar inte generellt om sig själv, eller om hela befolkningen – hon riktar sig istället direkt till läsaren och bjuder in till ett samtal. Den här effekten är något som inte går att återskapa på engelska, där *you* alltså redan är det vanliga generella pronomenet.

Det är oklart exakt varför Clara undviker *man*. Det skulle kunna tolkas som ett genuspolitiskt beslut, en önskan om att undvika svenskans generiska *man* som av vissa ses som mindre lämpligt på grund av dess likhet med substantivet *man*. I boken *Jämställt språk* av Karin Milles (2008) tas direkt tilltal inte upp som ett alternativ till *man*, men däremot som en möjlig strategi för att undvika ett generiskt *han*, vilket får anses vara en liknande situation. Milles skriver att konstruktionen ibland kan upplevas som ”alltför intim och vardaglig” (2008:53), men i Claras text är det ju meningen att tonen skall vara just intim och vardaglig. Du-tilltalet stärker den personliga delen av Claras persona och söker att göra läsaren mer involverad i texten.

En undersökning av hur många pronomen av typerna *jag*, *du* och *vi* som används i källtext respektive måltext ger följande resultat:

Tabell 3. Översättning av pronomen i första och andra person

KÄLLTEXT	ANTAL	MÅLTEXT	ANTAL
Jag	137	I	157
Du	62	You	60
Vi	22	We	23

Med tanke på hur Clara använder *du* istället för *man* är det inte helt oväntat att *du* och *you* inte är de av textens pronomen som påverkats mest. Det pronomen som faktiskt har påverkats mest i översättningen är *jag* som förekommer 137 gånger i källtexten, i jämförelse med

måltextens 157 *I* – det har alltså tillkommit 20 stycken *I* i en text där andra pronomen bara ökat eller minskat med ett eller två. Det är rimligt att anta att en del pronomen kan tillkomma på grund av olikheter i språken, men det finns också exempel där det är tydligt att översättaren lagt till ett *I* på grund av sin översättningsstrategi:

(14)

KT: Det som är bra med att pysslet ligger framme är att **du** faktiskt kommer ihåg att använda det.

MT: What's good about having it all around **me** is that **I** actually remember to use it.

(s. 96)

(15)

KT: Ovanpå står två gamla kistor som **jag** har ärvt av en släkting. **Jag** gillar att färgen är avskavd och lite murrig. Och att nattduksbordet är så högt!

MT: On top **I've** stacked two old chests that **I** inherited from a relative. **I** like that the paint is abraded and a little drab. And **I** love that the side table is so tall!

(s. 18)

Här är två exempel på hur antalet *I* växer mellan källtext och måltext på grund av översättarens val. I exempel 11 har *du* blivit *me* och ett *I* på grund av ett perspektivskifte, och i exempel 12 har två *jag* blivit till fyra *I* därför att översättaren har gjort om ett meningsfragment till en fullständig mening. Språket är alltså mer korrekt i översättningen.

Sammanfattning

Språkhandlingarna har inte genomgått några större förändringar i översättningen, men däremot har användningen av pronomen förändrats. I måltexten förekommer det nu många fler *I* än *jag* i källtexten. Till exempel har en del meningar genomgått en modulation så att Clara istället för att rikta sig till läsaren nu istället pratar om sig själv. En del meningar i passiv eller med struket subjekt har gjorts om på ett sätt som lagt till fler *I*. Detta gör att större fokus hamnar på Clara själv, och det i en bok som redan handlar om henne.

4.3.3. Rotad i folkhemmet

Det svenska är någonting som genomsyrar Claras persona. Hon beskriver själv sin

inredningsstil som ”Folkhemsromantik i kombination med 'Barnen i Bullerbyn’” (Icakuriren, 2012) och den här typen av svenskhet går igen i hur hon presenterar sig själv. Just svenskhet som begrepp är ganska abstrakt och det kan vara svårt att visa på hur det kommer fram i texten. Jag har valt att undersöka kulturspecifika ord som används i texten och som förankrar Clara tydligt i den svenska kultursfären. Sådana begrepp är till exempel namn på platser i Sverige, svenska affärer och varumärken, och en del ord som saknar exakta motsvarigheter på engelska, som till exempel *lagom* och *mormor*.

I Claras text finns också ett antal ord och uttryck som inte syftar på någonting specifikt svenskt, men som ändå bär med sig någonting av det svenska, som *vedklyvning*, *flickrum* och *spegeldörrar*¹. Svenskheten i den här typen av ord är ytterst subjektiv, och jag har därför valt att inte undersöka dem närmare i den här uppsatsen. Det är däremot värt att nämna att de finns i texten och sannolikt påverkar den svenska läsarens upplevelse av Clara som ”rotad i folkhemmet”. Det svenska i den här typen av ord ligger helt i vad de för med sig för associationer för den svenska läsaren. Självklart klyver folk ved i hela världen, alla barnrum som bebos av flickor är flickrum, och spegeldörrarna som är så vanliga i gamla hus och lägenheter finns inte bara i Sverige. Ändå knyter de an till en känsla; vedklyvningen påminner om sommarstället där man måste elda i kaminen när det blir kallt, flickrummet ger en känsla av barndom, spegeldörrarna av gamla fina hus, om inte ens eget så kanske ett där man varit på besök. Precis som *Barnen i Bullerbyn* och folkhemsromantiken som Clara nämner handlar de här orden om en sorts sentimentalitet, nostalgi, en längtan efter (och romantisering av) en tid som flytt. Av naturliga skäl är det lika svårt att översätta den här subjektiva svenskheten som det är att precisera vad det är som skapar den.

Man skulle kunna tänka sig två olika sätt att översätta svenskheten i Claras persona: antingen framhävs den i översättningen för att presentera Clara som någonting exotiskt och spännande (en foreigniserande översättning), eller så tonas den ner för att inte främmandegöra den nya målgruppen (en domesticerande översättning). Med tanke på de amerikanska förlagens negativa attityd till utpräglat utländsk litteratur (se avsnitt 2.3.) är det mest sannolikt att det svenska i Claras persona kommer att tonas ned. Man hade däremot kunnat tänka sig en översättning där Claras svenskhet accentueras för att skilja henne från inhemska

¹ Spegeldörrarna som Clara syftar på är inte moderna dörrar med speglar, utan äldre trädörrar med dekorativa fördjupningar i dörren.

pysseldrottningar som till exempel Martha Stewart.

En inledande analys av hur de kulturspecifika orden har översatts visar följande:

Tabell 4. Översättning av kulturspecifika ord

KATEGORI	ANTAL FÖREKOMSTER
Fullständig ekvivalens	7
Partiell ekvivalens	17
Nollekvivalens	1
Summa	25

Tabellen visar att den vanligaste lösningen är att generalisera källtextens specifika drag med hjälp av hyperonymer. Endast 7 av 25 exempel har överförts med någonting som bär samma typ av kulturspecifika konnotationer. För att komma in på djupet kommer jag här att presentera vilken typ av ord som har generaliserats och vilken typ som har lämnats kvar i texten. En uppdelning baserad på ordens ämnesområde visar följande tendens:

Tabell 5. Kategorier av kulturspecifika ord

KATEGORI I KÄLLTEXTEN	FULLSTÄNDIG EKVIVALENS	PARTIELL EKVIVALENS
Svenskt varumärke/företag	4	4
Geografiska namn, Skandinavien	3	2
Geografi, mindre orter och landskapsnamn	0	6
Svenska ord och företeelser	0	6

När det gäller svenska varumärken och företag är fördelningen mellan det som har överförts och inte överförts väldigt jämn. Detta gäller även för geografiska uttryck som har med Skandinavien, Sverige och Stockholm att göra. Mindre orter och referenser till svenska landskap har konsekvent utelämnats från översättningen. Kategorin ”svenska ord och företeelser” innehåller ord som saknar exakt motsvarighet på engelska och det är därför förväntat att de endast överförs partiellt.

Svenska varumärken

I kategorin svenska varumärken ingår namn på svenska affärer och företag. Här har hälften av textens exempel stannat kvar i översättningen och den andra hälften har försvunnit.

De märken som inte behålls i måltexten är *Biltema*, *Tradera*, *Felix* och ”*Berså från Stig Lindberg*”. De märken som överförs är *IKEA* (två gånger), *H&M* och *BRIO*. Tendensen är att märken som är mindre kända utanför Sverige generaliseras: *Biltema* översätts till exempel med *the auto shop* och *Tradera* med *online auction sites*. Både *IKEA* och *H&M* är välkända utanför Sverige och det är därför naturligt att de inte generaliseras i översättningen. *BRIO* verkar däremot mer okänt på den amerikanska marknaden. Enligt webbsidan *Trains Galore* valde *BRIO* under ett antal år att dra sig undan från den amerikanska marknaden. Det går nu åter att köpa deras leksaker i USA, men varumärket *BRIO* är långt ifrån lika känt som *H&M* och *IKEA*.

Ett exempel på hur översättaren hanterar de varumärken som är okända utanför Sverige är att använda ett överordnat begrepp. I exemplet nedan har varumärket *Felix* generaliserats till *the grocery store*:

(16)

KT: Varför lagar somliga egen middag när Felix gör en strålande fiskgratäng?

MT: Why do some people cook their own dinner when there are ready-made meals available in the grocery store?

(s. 9)

När märken som inte finns i målkulturen omnämns i källtexten skulle man i vissa fall kunna tänka sig att översättaren ersätter dessa med märken av samma typ som existerar i målkulturen. I fallet ovan hade man till exempel kunnat tänka sig ”when Campbell makes an excellent soup”, någonting som hade placerat texten i en mer amerikansk kontext. Istället har översättaren valt en mer neutral lösning, och även om den kulturspecifika referensen försvinner i översättningen så drar texten inte aktivt åt målspråkskulturen. Det som går förlorat här är Claras ironiserande om färdigmat, som är en del av hennes personas *bestämda* egenskap, någonting som jag kommer att behandla i nästa kapitel. Det svenska har också försvunnit, men eftersom *Felix* inte är ett välkänt varumärke i USA hade det inte sagt den amerikanska läsaren någonting om det stod kvar.

Clara nämner också ett antal svenska märken som är betydligt mer kända utomlands, och de tenderar att överföras på följande sätt:

(17)

KT: Vad händer med originaliteten när alla köper sin garderob på Ikea och innehållet på H&M?

MT: Well, what happens to originality when everyone buys their wardrobe from H&M and their furniture from IKEA?

(s. 57)

I materialet jag tittat på har det inte funnits en större mängd referenser av den här typen, men trenden är klar: referenserna till dem behålls i översättningen. Det är inte säkert att en amerikansk läsare känner till att H&M är ett svenskt företag, men åtminstone IKEA lär många känna till som svenskt, med tanke på att företaget byggt upp en stor del av sin image på sin svenskhet. Att den här typen av referenser behålls gör att ett visst mått av Claras svenskhet behålls i texten. Den amerikanska läsaren känner att boken är svensk, men slipper bli förvirrad eller irriterad av referenser till saker de inte känner till.

Geografiska namn

De geografiska markörerna i texten kan precis som företagsnamnen delas upp i två olika kategorier. Den ena är allmänna referenser till Sverige och Skandinavien. Hit hör också Stockholm eftersom det är någonting som många amerikanska läsare lär känna igen. Den andra kategorin är namn på platser i Norrland. Clara bor i Norrland, och detta är någonting som tydligt lyser igenom i hennes texter. Hon skriver om loppisar i Kalix och Umeå, och om drömmen om en Västerbottensgård.

Av de platsnamn som sorterats in under tabellens ”Geografi, mindre orter” är alla utom ett norrländskt.

(18)

KT: Slott i Sydfrankrike, en herrgård i Sörmland eller en pampig Västerbottensgård vid en brusande älv?

MT: A castle in the south of France, a mansion in the Rhineland, or a grand yard by a murmuring river?

(s. 113)

I exemplet ovan har Sörmland helt bytts ut mot det tyska Rhenlandet, och västerbottensgården

har generaliserats till en ospecifik gård (dock betyder engelskans ”yard” enligt Norstedts endast gård som i gårdsplan). Här har alltså det svenska minimerats till förmån för en mer varierad text.

Det vanligaste är att det kulturspecifika i källtexten försvinner i måltexten, ofta till förmån för en mer generaliserad ersättning. Eftersom många av Claras kulturspecifika hänvisningar har med hennes hemtrakt i Norrland att göra är det här inte oväntat – den typen av hänvisningar skulle inte betyda någonting för en amerikansk läsare, och skulle antagligen snarare vara ett störande moment.

Lexikala luckor

När det gäller ord som är unika för svenskan är det naturligt att de faller bort i översättningen. *Mormor* och *farmor* översätts båda med *grandmother* och det är väntat. Däremot hade man kunnat förvänta sig att de skulle översättas med *grandmothers* när båda uppträder samtidigt, men även då används bara *grandmother*.

Sammanfattning

Det svenska draget i Claras persona har slätats ut. Stora delar av vad som knyter Clara till det svenska är mycket svåra att översätta utan att antingen gå in med olika former av förklaringar eller riskera att läsaren inte förstår texten. Claras syftningar på platser runt om i Norrland hade till exempel inte sagt den amerikanska läsaren särskilt mycket. Större varumärken som IKEA och H&M står kvar i texten, och för den läsare som känner till att de är svenska kan de bidra till läsningen av Claras persona som knuten till Sverige, men eftersom affärerna finns även utomlands måste detta inte vara fallet. Utslätningen av det här draget är alltså mer eller mindre nödvändig för att texten ska bli läsbar.

4.3.4. Bestämd

Den bestämda egenskapen i Claras persona syns i texten genom förstärkande ord och en brist på garderingar när Clara skriver om sina åsikter – sättet som hon använder och inte använder förtrolighets- och försiktighetsstrategier. Hellspong och Ledin skriver i *Vägar genom texten*

(1997) att förtrolighets- och försiktighetsstrategier används för att dämpa effekten av språkhandlingar som t ex hotar läsarens frihet eller självkänsla. Förtrolighetsstrategier ursäktar intrånget genom att markera närhet och samhörighet, och försiktighetsstrategier markerar respekt eller visar att intrånget bara sker med läsarens samtycke (1997:166).

Ett intressant mönster i Claras text är att hon i allmänhet använder sig av fler garderingar än väntat när hon skriver om pyssel och färre än väntat när hon skriver om sina åsikter. I en instruerande text är det rimligt att förvänta sig en stor andel satser i imperativ, och författaren behöver i allmänhet inte använda sig av någon typ av försiktighetsstrategier för att läsaren inte ska känna sig utpekad, men Clara lägger ofta till ett *gärna* i sina instruktioner. I essätextern däremot skulle man kunna förvänta sig fler förtrolighets- och försiktighetsstrategier. Claras åsikter kan ofta gå emot det allmänt accepterade, och ett sätt att få läsaren att acceptera detta är att använda garderingar. Istället tenderar Clara att vara mycket direkt. Det här mönstret visar att den skapande friheten är viktig i relationen mellan Clara och läsaren. Intrånget på den friheten mildras och ursäktas med hjälp av försiktighetsstrategier. Att Clara är varsam med läsarens frihet ligger helt i linje med vad hon själv skriver i texten ”Det finns inget facit”, nämligen: ”Jag tror fullt och fast att det aldrig kan bli fel när du är kreativ” (2012:136). Här är ett exempel på hur Clara använder försiktighetsstrategier i sin instruerande text:

(19)

KT: Testa gärna att tapetsera lite huller om buller – det får gärna bli som ett lapptäcke.

MT: Try to wallpaper a little higgledy-piggledy – it'll look like a patchwork.

(s. 101)

I källtextexemplet använder Clara tre olika garderingar: två *gärna* och ett *lite*. Ordet *gärna* är lite svåröversatt i den här kontexten; det markerar att Clara bjuder in läsaren att göra som hon säger, men utan tvång. Istället för att markera den här friheten på något annat sätt i översättningen har översättaren valt att stryka det helt.

I essätexterna där Clara skriver fritt om sina egna tankar och värderingar ser det annorlunda ut. Visst används garderingar, men det är påtagligt ofta som det saknas garderingar där man hade kunnat förvänta sig dem. När garderingar används i källtexten är det ofta i kombination med starkt värderande ord som markerar Claras verkliga åsikter. Här är det den

andra punkten som Hellspong och Ledin tar upp som är viktig: kritik. Istället för att förmildra sina uttalanden för att skona läsarens självkänsla är Clara kritisk mot det hon inte tycker om:

(20)

KT: Ljust, fräscht och vitt. En naturlig färgskala. Vitt är nollpunkten, utgångsläget, det klanderfria. Ett tecken på god smak. Eller kanske bara dålig fantasi?

MT: Bright, fresh, and white. A natural color palette. White is zero, the starting position – it's flawless. A sign of good taste. Or maybe just a lack of imagination?

(s. 44)

I det här exemplet används ett garderande ”kanske” och ett frågetecken som också förmildrar uttalandet, men att indirekt anklaga någon för att ha dålig fantasi är fortfarande starkt negativt. Uttrycket ”ljust och fräscht” beskriver den svenska fascinationen för ljusa hem med vita väggar (det finns till och med en bok med samma namn som behandlar ämnet)². När Clara pekar ut det som ett möjligt tecken på dålig fantasi riskerar hon att stöta bort den delen av läsarskaran som inte håller med. Samtidigt är det möjligt att de läsarna inte skulle vara intresserade av Claras pyssel i vilket fall. Ur ett marknadsföringsperspektiv behöver det därför inte vara dåligt. Tvärtom, opinionsbildning drar läsare till bloggen; Claras mest populära inlägg är ofta kontroversiella³.

I måltexten har kritiken överförs på ett idiomatiskt vis: *dålig fantasi* blir *a lack of imagination*. Det som möjligtvis kan förändra läsarens uppfattning av det här uttalandet är konnotationerna till ”ljust och fräscht” respektive ”bright and fresh”. Om ”bright and fresh” inte bär med sig samma kulturella vikt som ”ljust och fräscht” är det inte lika sannolikt att läsaren tar personlig anstöt när idealet kritiseras. Som en miniundersökning har jag gjort en bildsökning på ”american interior design” respektive ”swedish interior design” och det är tydligt att det som anses svenskt karakteriseras av färgen vitt, medan det amerikanska i allmänhet har mörkare färger. Claras kritik av det ljusa och fräscha riskerar med andra ord inte förhållandet mellan läsare och persona på samma sätt som det gör i källtexten.

(21)

KT: Köper du nytillverkade skor för 199 kronor kan du vara hundra procent

2 Ljust & fräscht-boken: Lindström & Schyffert, 2013

3 Ett exempel är inlägget ”Det duger inte att jobba heltid och aldrig hämta på dagis” från den 27 november 2014. Inlägget har idag delats 22 000 gånger på Facebook, i jämförelse med många mer vardagliga inlägg som inte delas på Facebook alls.

säker på att någon i produktionsledet har blivit utnyttjad.

MT: If you buy newly produced shoes for \$50, you can be one hundred percent sure that someone along the way was taken advantage of or exploited.

(s. 57)

I det här exemplet saknas helt garderingar, istället använder Clara en förstärkning. Det är inte ”ganska säkert” att någon har blivit utnyttjad, det är ”hundra procent” säkert. Att Clara inte använder *man* leder för det mesta till ett inkluderande och förtroligt tilltal, men i exemplet ovan blir tonen istället anklagande. I måltexten har anklagelsen överförs. Källtextens *utnyttjad* har expanderats till *taken advantage of or exploited*, två nära synonymer som båda har negativa konnotationer. Claras bestämda egenskap har behållits.

Sammanfattning

Den bestämda egenskapen är den som har bevarats i störst grad i måltexten. Clara är kritisk mot mycket som är allmänt accepterat i Sverige (en intressant kontrast mot svenskheten i hennes persona): tendensen att köpa alla sina möbler på Ikea, att köpa billiga skor utan att tänka på hur de kan vara så billiga och de vitmålade hemmen i ”god smak”. Clara vet om att mycket av hennes livsstil är tvärtemot vad som vanligtvis anses önskvärt i Sverige och hon är väldigt tydlig med att hon tycker att det är hon som har rätt. En del av det som Clara kritiserar är typiskt svenskt, och har kanske inte samma effekt på den amerikanska läsaren, men i översättningen är det ändå tydligt att Clara står för sina åsikter, även när de skiljer sig från mängdens.

5. Diskussion

Claras persona i källtexten karakteriseras av de fyra egenskaperna *gammaldags*, *personlig*, *rotad i folkhemmet* och *bestämd*. Egenskaperna tar sig språkligt uttryck genom gammaldags och dialektala ord och uttryck, Claras sätt att tilltala läsaren, kulturspecifika ord och uttryck samt understrykningar och en brist på garderingar när Clara pratar om saker som kan upplevas som kontroversiella.

I måltexten har egenskaperna *gammaldags* och *rotad i folkhemmet* påverkats mest: båda har slätats ut i översättningen, och orden och uttrycken som hjälper till att forma

egenskaperna har många gånger översatts med mer neutrala alternativ. Egenskapen *personlig* har förändrats såtillvida att måltextern innehåller många fler *I* än källtexten innehåller *jag*. Detta gör att det blir ett större fokus på Clara själv, och mindre på relationen mellan henne och läsaren. Det personliga tilltalet finns kvar, men att tilltala läsaren med *du* är inte markerat på engelska på samma sätt som det är på svenska (där man hade kunnat förvänta sig ett *man* på många ställen där Clara använder *du*), och det har därför en mer neutral effekt på engelska. Egenskapen *bestämd* är den egenskap som påverkats minst i översättningen. Om något är det möjligt att den förstärkts. Clara kan på grund av mer negativa ordval i översättningen ibland framstå som aggressiv på ställen där hon inte gör det i källtexten.

Just ordvalet kan ibland vara lite märkligt och icke-idiomatiskt, till exempel när *glasprylar* översatts med *glass gadgets*. Den här typen av översättningar gör att man kan undra om översättaren kanske inte har engelska som modersmål. Även om så är fallet borde man kunna tycka att en korrekturläsare skulle lagt märke till felaktigheterna. Med informationen om översättningarnas låga status på den amerikanska marknaden i bakhuvudet kan man tänka sig att det bildas något av en ond cirkel: undermåliga översättningar ger översatt litteratur dåligt rykte, vilket i sin tur leder till mer slarv i arbetet med översättningar, och så vidare. Det skulle dock kräva en mycket mer omfattande studie för att kunna säga någonting definitivt om detta.

Omslaget och den nya titeln på översättningen gör det tydligt att boken i USA marknadsförs som i första hand en pysselbok. Däremot har innehållet inte ändrats mer än på ordnivå, och innanför pärmar är boken alltså fortfarande en bok om bloggaren Clara Lidströms tankar om loppisfynd och inredning. Detta kan påverka bokens mottagande. Om omslaget och titeln tilltalar en målgrupp och innehållet en annan kan den som köper boken bli besviken. På webbsidan Goodreads där läsare själva kan recensera böcker har *Vintage Crafts* fått blandade betyg, i genomsnitt tre stjärnor av fem. Av de läsare som skrivit någonting om boken är många kritiska. Kommentarer om boken inkluderar: ”To me there didn't seem like there were 75 crafts to do. This book seemed like a life style book” och: ”Read more like a memoir than a how-to (...) Not what I was expecting”. Två läsare kommenterar översättningen: ”I don't know whether to blame the amusingly poor text on the author or the translator” och ”the author's "you're stupid if you don't..." attitude turned me off a bit (although to be fair, that could be the fault of the translation)”. Det verkar alltså som att

många läsare förväntat sig en annan typ av bok. Kommentaren om Claras attityd är intressant eftersom den reflekterar personans *bestämda* drag, det enda draget som om något förstärktes i översättningen.

Den svenska utgåvan av boken finns också på Goodreads och har fått fyra stjärnor, men inga recensioner. På den svenska bokförsäljaren Bokus webbsida har boken också fått fyra av fem stjärnor och kommentarer som ”Älskar att läsa hennes blogg och boken var ingen besvikelse!” och ”En verklig inspirationskälla som får det att klia i mina pysselfingrar!” Kanske belyser de här två kommentarerna vad den svenska läsaren förväntar sig av Claras bok: den ska fungera som en förlängning av en blogg som läsaren redan tycker om, och den ska fungera som *inspirationskälla* snarare än regelrätt instruktionsbok.

I artiklarna av Donze (2011) och Johnston m.fl. (2014), de två sociologiska artiklarna om persona som presenterats tidigare i den här uppsatsen, framkommer att det finns ett begränsat antal personer som är gångbara på marknaden och som aktörerna måste anpassa sig efter för att vara kommersiellt framgångsrika. Eftersom Claras persona är så starkt knuten till Sverige är det inte så konstigt om det följer att hennes persona är av en typ som är mer gångbar i Sverige än utomlands. Om personen hör till en typ som inte existerar i målkulturen kanske den måste förändras, eller åtminstone presenteras som en form av persona som faktiskt existerar i målkulturen. I och med att boken presenteras som en pysselbok i första hand kan man säga att Claras roll som *pysseldrottning* har framhävts. Hennes politiska engagemang och filosoferandet om vardagen som de svenska bloggläsarna känner till har hållits undan från baksidestexten och kommer därför som en överraskning för måltextens läsare, som ju förväntade sig en pysselbok.

Litteratur

Primärlitteratur

Lidström, Clara (2012): *Underbara Clara: Vintagepimp och hemmafix*. Stockholm: Bonnier fakta.

Lidström, Clara (2013): *Vintage Crafts: 75 do-it-yourself decorating projects using candles, colors and other flea market finds*. (Anette Cantagallo, Övers.) New York: Skyhorse Publishing

Sekundärlitteratur

Amelia: UnderbaraClaras värld. <http://blogg.amelia.se/underbaraclara/> (2015-03-19)

Björk, Annah (2009-08-15): Nu är det hippt att vara husmor. *Dagens Nyheter*.
<http://wayback.archive.org/web/20090818114524/http://www.dn.se/livsstil/trend/madmen-clara-lindstrom-husmor-1.931144> (2015-03-20)

Bokus, recensioner av *Underbara Clara: Vintagepimp och hemmafix*.
<http://www.bokus.com/bok/9789174242188/underbara-clara-vintagepimp-och-hemmafix/> (2015-08-15)

Borin, Lars, Forsberg, Markus och Roxendal, Johan. 2012. Korp – the corpus infrastructure of Språkbanken. <http://spraakbanken.gu.se/korp/> (2015-04-22)

Brolin, Åsa (2011-08-08): Underbara Clara: ”Jag försörjer hela familjen”. *Mama*.
<http://mama.nu/omslagsmama-2/underbara-clara-jag-forsorjer-hela-familjen/> (2015-03-16)

Corpus of Contemporary American English: sökningar på ”pittance” och ”money”.
<http://corpus.byu.edu/coca/> (2015-04-22)

Dahlgren, Erica (2011-06-27). Clara Lidströms Sommarprogram.
<http://sverigesradio.se/sida/avsnitt/357301?programid=2071> (2015-03-18)

Donze, Patti Lynne (2011). Popular music, identity, and sexualization: A latent class analysis of artist types. *Poetics*, 39 (44-63).

Estling Vannestål, Maria (2007): *A University Grammar of English with a Swedish Perspective*. Lund: Studentlitteratur.

Folkbladet Redaktionen (2008-04-22). Hallå där ... <http://www.folkbladet.nu/102768/halladar-24> (2015-03-18)

- Goodreads, information om *Underbara Clara: Vintagepimp och hemmafix*.
<http://www.goodreads.com/book/show/17283090-underbara-clara>
- Goodreads, recensioner av *Vintage Crafts*. https://www.goodreads.com/book/show/17593223-vintage-crafts#other_reviews (2015-04-22)
- Hellspong, Lennart & Ledin, Per (1997): *Vägar genom texten. Handbok i brukstextanalys*. Lund: Studentlitteratur.
- Icakuriren (2012-08-27): Folkhemsromantik hos bloggaren Underbara Clara.
<http://www.icakuriren.se/Hem-Tradgard/Inredning/Folkhemsromantik-hos-bloggaren-Underbara-Clara/> (2015-05-10)
- Ingo, Rune (2007): *Konsten att översätta*. Lund: Studentlitteratur.
- Johnston, Josée, Rodney, Alexandra & Chong, Phillipa (2014): Making Change in the Kitchen? A study of celebrity cookbooks, culinary personas, and inequality. I *Poetics* 47 (1-22).
- Jung, Carl Gustav (1957): *Two Essays on Analytical Psychology*. New York: Meridian books.
- Kvinnliga talare: Annakarin Nyberg & Clara Lidström.
http://www.kvinnligatalare.se/annakarin_nyberg_clara_lidstrom (2015-03-16)
- Levisalles, Natalie. (2004). The US Market for Translations. *Publishing Research Quarterly*, 20(2), 55-59. <http://ludwig.lub.lu.se/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=a9h&AN=14745078&site=eds-live&scope=site>
- Lind, Josefine (2014-02-03). "Det känns superkul!" UnderbaraClara börjar blogga på amelia.se <http://www.amelia.se/bloggtips/det-kanns-superkul-underbaraclara-borjar-blogga-pa-ameliase/> (2015-03-19)
- Lindqvist, Yvonne (2011): Att skapa och översätta en persona – Nigella i original och översättning. I Edlund, Anne-Catrine & Mellenius, Ingmarie (Red.): *Svenskans beskrivning 31* (205-217). Umeå: Institutionen för språkstudier.
- Lindqvist, Yvonne (2013): Kylie Kwong Crossover – En multimodal översättningsanalys av Kylie Kwongs kokbok *Heart and Soul*. I Bihl, Björn, Andersson, Peter & Lötmarker, Lena (Red.): *Svenskans beskrivning 32* (166-179). Karlstad: Institutionen för språk, litteratur och interkultur.
- Merriam-Webster online. Sökningar gjorda i april 2015. <http://www.merriam-webster.com/>
- Milles, Karin (2008): *Jämställt språk*. Stockholm, Norstedt.
- Nationalencyklopedin. <http://www.ne.se.ludwig.lub.lu.se/uppslagsverk/> (2015-03-16)

- Noorda, Rachel (2012): International Success: Selling Niche Titles Beyond the Prime Home Market. *Publishing Research Quarterly*, 28(4), 359-368. <http://ludwig.lub.lu.se/login?url=http://search.ebscohost.com.ludwig.lub.lu.se/login.aspx?direct=true&db=lih&AN=83483300&site=eds-live&scope=site> (2015-05-10)
- Nyordslistan. Institutet för språk och folkminnen (2007). <http://www.sprakochfolkminnen.se/download/18.5e02b54a144bbda8e9b2a6/1398151028612/nyord+2007.pdf> (2015-03-18)
- Passanisi, Åsa (2009-10-12). Nya husmorstrenden: ”Jag längtar tillbaka till mormors tid”. *Aftonbladet*. <http://www.aftonbladet.se/nyheter/article12047289.ab> (2015-03-16)
- Persona Design. Celebrity Endorsement. <http://www.personadesign.ie/blog/category/celebrity-endorsement> (2015-05-10)
- Psykologiguiden. <http://www.psykologiguiden.se/www/pages/?Lookup=persona> (2015-03-16)
- Skyhorse Publishing. <http://www.skyhorsepublishing.com/> (2015-05-10)
- Svensén, Bo (2004): *Handbok i lexikografi: Ordböcker och ordboksarbete i teori och praktik*. Stockholm : Norstedts akademiska förlag.
- Svenska Akademiens ordbok (2014). <http://g3.spraakdata.gu.se/saob/> (Sökningar gjorda i april 2015)
- Svenska Akademiens ordlista (2013). http://www.svenskaakademien.se/svenska_spraket/svenska_akademiens_ordlista/saol_13_pa_natet/ordlista (Sökningar gjorda i april 2015)
- Söderström, Jonas (2013): *Ändra världen: Bloggens historia i Sverige*. <http://media.blogghistorien.se/2013/12/PA03-andra-varlden-inledningskapitel.pdf> samt <http://media.blogghistorien.se/2014/01/hur-allt-borjade-kap2-PA01.pdf> (2015-03-19)
- Trains Galore, BRIO Trains. <http://www.trainsgalore.com/BRIO-Trains-C5.aspx> (2015-08-08)
- Underbaraclara – The kristet, fashionistiska, feministiska alternativ du älskar (2007). <http://underbaraclara.webblogg.se/> (2015-03-18)
- Webb-TV.nu. *De obekväma*. <http://webb-tv.nu/de-obekvama-ur-play/> (2015-03-19)