

Lunds universitet
Förlags- och bokmarknadskunskap
Institutionen för kulturvetenskaper
Handledare: Sara Kärrholm
2019-08-21

Elise Rosberg
Kristina Nilsson
FBMK12

Mangaboomen

En undersökning om japanska serier i Sverige från år 2000 till 2010

Abstract

Between the year 2000 and 2010 the Swedish book market saw a huge increase of Japanese manga being translated into Swedish but also a great fall and disappearance of said medium. Through interviews with key people in the book industry during this period this thesis has researched the publishing house's side of the rise and fall of the manga industry in Sweden. We have also asked consumers via a reader survey for those who were reading and buying manga at the time. The intent of this paper is to determine what the main causes were of the sudden decline in the manga market in Sweden and analyze its connection to the book publishing field.

Difficulties in dealing with the Japanese publishers and their demanding contracts proved to be a big obstacle. At the same time the market was flooded with more manga books than the young consumers could afford to buy. Aging readers also started to migrate towards reading manga online, to the vast libraries provided by illegally uploaded scans, as the publishers were unable to provide them more mature content. With the manga industry no longer being an economically viable market for the Swedish publishing houses, the manga boom came to an end.

Nyckelord: manga, japanska serieindustrin, svenska serieindustrin, mangaboomen, manga i Sverige

Keywords: manga, Japanese comics industry, Swedish comics industry, manga boom, manga in Sweden

Innehållsförteckning

Inledning.....	1
Syfte och frågeställningar.....	2
Material.....	2
Metod.....	5
Teori.....	7
Tidigare Forskning.....	11
Bakgrund.....	13
Undersökning och analys.....	15
<i>Dragon Ball</i> -boom eller mangaboom?.....	15
Överutgivning.....	18
Val av titlar.....	20
Bokhandlar och tidningsdistributörer.....	22
Kulturkrock.....	25
Ekonomi.....	28
Passionerade redaktörer.....	30
Scanlations.....	33
Engagerade läsare.....	36
Sammanfattning.....	38
Avslutande diskussion.....	39
Käll- och litteraturförteckning.....	43
Bilaga 1: Sammanfattning av intervjuer.....	49
Bilaga 2: Resultat från enkätundersökningen.....	57
Bilaga 3: Statistik över manga- och koreanska serieutgivningen i Sverige.....	66

Inledning

Manga är tecknade serier från Japan, huvudsakligen producerade av och för en japansk marknad. Ofta är de längre berättelser som sträcker sig över flera böcker och att hoppa över en bok i ledet kan liknas vid att hoppa över ett eller två kapitel i en vanlig bok. Manga började bli mer tillgängligt efter andra världskriget, med mangatecknare som Osamu Tezuka och Machiko Hasegawa som huvudpionjärer. Manga kommer ofta ut i tidningar antingen veckovis eller månadsvis. Japan är idag en av världens största producenter av serier.¹

I Sverige hade vi något som ofta kallats mangaboom eller mangavåg. Mangaboomen hade avstamp i början av 2000-talet med mangan *Dragon Ball* som ledstjärna. När *Dragon Ball* givits ut med alla sina 42 volymer och blivit en bästsäljare gav Bonnier Carlsen ut den snarlika mangan *One Piece*. Samtidigt såg tidningsförlaget Egmont denna stigande trend och började även de ge ut manga med *Ranma ½* som sin första. Vidare började även tidningar med manga att dyka upp, så som *Manga Mania*. Mangaförsäljningen toppade år 2006, och två till förlag anslöt sig: Mangismo och B. Wahlströms. Dessa förlag gav även ut flera koreanska serier. År 2007 var 20 procent av Bonnier Carlsens utgivning manga, men då vände trenden. Fler och fler serier sålde dåligt och Mangismo gick i konkurs. Tidningarna lades ner. 2009-2010 kom beskedet att nästan alla titlar på samtliga förlag skulle sluta ges ut, utan att ha blivit avslutade.²

Vad som exakt orsakade denna plötsliga nedgång i svensköversatt manga var länge svårt att hitta information om. Detta område är därför intressant för att manga i Sverige sällan har blivit belyst i forskning och nyckelpersoner inom branschen har i många fall inte blivit intervjuade kring vad som enligt dem hände runt slutet av mangaboomen. Dessutom är mangaboomen intressant som koncept då det är relativt unikt att en utgivning försvann nästan lika snabbt som den uppstod. Genom att analysera de olika aspekter som bidrog till att svensköversatt manga slutade ges ut kan förhoppningsvis en framtida eventuell mangautgivning få vägledning kring vad som bör uppmärksammas och undvikas.

¹ "Manga", *Nationalencyklopedin*, <https://www-ne-se.ludwig.lub.lu.se/uppslagsverk/encyklopedi/l%C3%A5ng/manga>, hämtad 5 juni 2019.

² "Manga", *Seriewikin*, <https://seriewikin.serieframjandet.se/index.php/Manga>, hämtad 25 december 2019; Håkan Eriksson, "Mangautgivning i Sverige - uppgång och fall", *Svenskt serieindex*, 11 oktober 2011, <http://www.serieindex.se/article.html?id=%3C2%3E>, hämtad 25 december 2019.

Syfte och frågeställningar

Syftet med denna uppsats är att undersöka utgivningen av manga i Sverige mellan åren 2000-2010. Följande frågeställningar har använts för att analysera och problematisera resultatet av undersökningen:

Frågeställningar

- Vilka huvudfaktorer bidrog till uppgången och nedgången av svensköversatt manga på marknaden?
- Vad var förlagens respektive mangaläsarnas roll i mangaboomens fall?

Material

Materialet består främst av de svar som inkommit från personliga intervjuer med branschfolk som arbetade med eller kring manga under perioden 2000-2010 samt en internetenkät riktad till mangaläsare under samma period, skapad av författarna till denna uppsats. Som ytterligare material har statistik över den svenska utgivningen av japansk manga samt koreanska serier tagits fram av författarna, specifikt för den angivna perioden. Denna uppsats har ett särskilt fokus på intervjuerna med nyckelpersonerna då dessa personer stod nära förlagen och därmed utgivningen vilket är vad uppsatsen analyserar. Nyckelpersonerna har även givit mer utförliga svar som har bidragit mer till uppsatsen än vad enkätundersökningen och statistikinsamlingen gjort, även om alla tre materialen är primära material och varvas i uppsatsen där det är applicerbart.

De personer som har intervjuats för denna uppsats har anknytning till ett förlag genom att de antingen rent fysiskt jobbade på redaktionen, frilansade på redaktionen eller skrev och forskade kring manga under denna mangans storhetstid. Två översättare, Simon Lundström och My Bergström, har även intervjuats för att bredda täckningen till att inkludera mer än bara den innersta förlagskärnan. För att komplettera intervjuades även en oberoende journalist och välkänd serieforskare, Fredrik Strömberg.

De första intervjuerna ägde rum under år 2017, vilket var när arbetet med denna uppsats påbörjades och resterande genomfördes år 2019. Intervjuerna från 2017 bedöms fortfarande vara giltiga då de är minnesreflektioner av en äldre händelse med en någorlunda tydlig början och slut till skillnad från en intervju om ett pågående fenomen. Två intervjuer ägde rum med Johan Andreasson för att kunna ställa följdfrågor. I bilaga 1 finns detaljerade beskrivningar av

varje intervju. Intervjuobjekten presenteras i nedanstående tabeller, indelat enligt vilket förlag eller kategori de tillhör.

- **Från Bonnier Carlsen/Fullstop Media:**
 - Johan C Brandstedt, redaktör (intervjuad den 24 april 2017)
 - Johan Andreasson, redaktör (intervjuad 11 april 2017 och 6 augusti 2019)
- **Från Egmont:**
 - Kenneth Andrén, VD (intervjuad 3 mars 2019)
 - Mikael Tegebjer, redaktör (intervjuad den 29 mars 2019)
 - Peter Friman, redaktör (intervjuad 24 mars 2019)
- **Från Mangismo:**
 - Jesper Holm, förlagschef (intervjuad den 26 mars 2019 på engelska)
- **Övriga:**
 - Simon Lundström, översättare (intervjuad den 2 maj 2017)
 - My Bergström, översättare (intervjuad den 28 april 2017)
 - Fredrik Strömberg, serieforskare (intervjuad den 27 april 2017)
 - Anders Häger Jönson, frilansande redaktör (intervjuad den 12 april 2017)

Samtliga intervjuobjekt har erbjudits möjligheten att kommentera sina citat efter uppsatsens färdigställande och vissa har utnyttjat detta för att vidare förklara andemeningen av deras intervjuvar. Det bör även nämnas att urvalet av intervjuobjekt är till största del styrt av de som var villiga att ställa upp på intervju. Totalt kontaktades ett tjugotal intressanta personer men endast de ovanstående var villiga att ställa upp på intervju. Det saknas därför ett antal nyckelpersoner som säkerligen hade kunnat bidra till en mer nyanserad bild av den svensköversatta mangautgivningen.

Eftersom intervjuerna var semistrukturerade ställdes det frågor beroende på vilka svar som framfördes. Frågornas syfte var att fastställa identitet och därmed grad av relevans personen har för uppsatsen, deras egna syn på vad som hände under 2007-2010 samt deras syn på en eventuell ny mangaboom. Eftersom ämnesområdet är cirka tio år gammalt kan de intervjuade både minnas fel och ha fått sina minnen färgade av senare händelser samt efterklokhet. Därför har fler än en person intervjuats per förlag, i den utsträckning där det var möjligt. De som tillhör kategorin "övriga" ovan har inte arbetat lika nära kärnan av utgivningen i kontrast till de som faktiskt var anställda på ett av mangaförlagen. Dessa "övriga" har i många

fall uttryckt åsikter som snarare är andrahandsinformation eller mer personliga slutsatser och det bör kommas ihåg när denna uppsats läses.

En läsarusundersökning har bedrivits för att ge ett visst konsumentperspektiv som kontrast till förlagens tolkning av händelserna kring den svensköversatta mangautgivningen. Enkäten besvarades anonymt och totalt inkom 590 svar. Sex procent av enkätrespondenterna var 16-20 år gamla, 36 procent var 21-25 år, 39 procent var 26-30 år, 14 procent var 31-35 år och resterande fyra procent var över 35 år.³ Det betyder att majoriteten av enkätrespondenterna var tonåringar under de år då mest manga gavs ut i Sverige vilket tyder på att de flesta som läst manga var tonåringar under mangaboomen. Totalt ställdes 16 frågor varav fyra hade öppna svar där de fick svara i fritext. 60 procent av de som svarade på enkäten var kvinnor. 29 procent var män och 11 procent svarade att de tillhör annat kön.⁴ Grafer och diagram över frågorna finns i bilaga 2.

Författarna vill poängtera att då vissa frågor varit ledande och negativa i sin karaktär har detta tagits i beaktning när informationen sedan analyserats och använts. Urvalet är dessutom inte en fullgod representation av alla som läste manga under den undersökta perioden. Majoriteten av svaren är från läsare som var eller blev mer än bara strörläsare av manga. Ett flertal respondenter har uppgett att de även blivit och fortfarande är intresserade av närliggande områden, såsom cosplay och anime. Det innebär att vi haft problem att nå de som läste manga under en kort period och sen slutade helt med både manga och andra närliggande intresseområden. Svaren visar dock också att många av dem läste sin första manga på svenska, i många fall *Dragon Ball*, och att de då troligtvis började som en av den stora massan strörläsare. Vi ser därför en avsaknad av personer som redan läste manga vid år 2000. 22 procent har svarat att de inte alls läser manga idag.⁵

En risk med denna enkät är att det helt enkelt gått för lång tid sedan mangas storhetstid, och att svaren alltså inte riktigt går att lita på längre då de är beroende av personers minnen och upplevelser från över tio år sedan. Ämnet i denna uppsats är dock så pass utforskat att det fortfarande är i högsta grad relevant. Eftersom enkäten endast har spridits via Facebooks olika svenska manga- och japangrupper samt grupper för nördar, utesluter det den eventuella skara som inte rör sig på Facebook eller inte är med i sådana grupper. Detta bidrar med stor sannolikhet till det faktum att många i enkäten svarat att de fortfarande läser manga i någon

³ Enkätundersökning, bilaga 2, fråga 2, fig. 2.

⁴ Enkätundersökning, bilaga 2, fråga 1, fig. 1.

⁵ Enkätundersökning, bilaga 2, fråga 11, fig. 10.

form.⁶ När läsarundersökningen skapades var denna uppsats i ett tidigt stadie. De frågor som ställdes reflekterar därför snarare en tidig gissning av författarna kring vilka områden som var bidragande faktorer till mangautgivningens början och kraftiga reducering. Endast de frågor och svar som senare visade sig vara relevanta är inkluderade i analysen och diskussionen.

Författarna till denna uppsats har sammanställt statistik över all manga och koreanska serier som gavs ut på svenska år 2000-2010. Information om utgivningsår och utgivande förlag har samlats in och har resulterat i en konkret bild av vilka år det kom ut flest nya serier och antal mangaböcker. Sammanställningen visar också vilka serier som gavs ut i sin helhet och vilka som lämnades oavslutade. Antal böcker per förlag blir också tydligt. Det blir också uppenbart när de olika förlagen gav sig in i mangautgivningen och när de drog sig tillbaka. Då stora delar av informationen är insamlad från hemsidor och bibliotekskataloger finns det ingen garanti att alla utgivningsår är korrekta. Det garanterat mest pålitliga hade varit att läsa kolofonen i varje mangabok. Rent tidsmässigt var detta ej realistiskt och förhinder fanns även då de lokala biblioteken alltid har flera volymer utlånade eller helt enkelt borttagna ur systemet och är därmed inte tillgängliga för en fysisk kartläggning. Trots kompletterande information från flera olika källor är det möjligt att någon serie saknas från statistiken.

Metod

Metoden består av semistrukturerade intervjuer via telefon och i person med nyckelpersoner från mangautgivningens guldår i Sverige, samt en kvantitativ undersökning bland läsare via en internetenkät. Statistik har även sammanställts kring vilka manga som gavs ut när, genom att söka upp informationen via bibliotekskataloger och internet. Intervjuobjekten intervjuades via Skype, i telefon, eller i Strömbergs fall i person på Serieskolan i Malmö där han för närvarande arbetar. Samtliga intervjuer är inspelade som digital ljudfil och i uppsatsförfattarnas ägo. Samtliga intervjuer, med undantag för den med Jesper Holm, fördes på svenska. Då Holm är från Danmark fördes intervjun med honom på engelska för att underlätta kommunikationen. I bilaga 1 finns en sammanfattning av intervjuerna.

Mangaläsarna har svarat på frågor via ett Google formulär, där de flesta frågorna innebar att de valde bland olika svarsalternativ. De svarsalternativ som angavs var tidiga gissningar utifrån de intervjuerna vi redan utfört under år 2017. För att komplettera fanns det fanns även relativt stora möjligheter att skriva egna svar och kommentarer. I de frågor där det

⁶ Enkätundersökning, bilaga 2, fråga 11, fig. 10.

fanns flera svarsalternativ att välja mellan hade vissa endast möjlighet för ett svar medan andra erbjöd möjligheten att bocka i flera svar. Vissa flervalfrågor hade ett "annat"-alternativ där deltagarna kunde utveckla med egna svar utöver de som erbjöds. Under "annat" har de skrivit varierande svar och uppsatsen inkluderar endast de mest relevanta i bilaga 2 då vissa svar var för spretiga.

Enkätundersökningen var öppen för svar mellan den 20 mars 2019 till den 19 april 2019. Den lades ut i grupper på Facebook, såsom Geek Women Unite! (Sweden), Stockholm Anime Society, Vi som hade bcmanga.se, vi som varit medlemmar på bcmanga.se, Närcon sommar 2019 event, Mangakai, Kodachicon, Pink room, samt Vi som gjorde Uppcon 2012 till ett minne för livet, och då båda uppsatsförfattarna varit mangaentusiaster ansågs även deras privata facebook-väggar nå ut till en relevant grupp. Fokuset låg på att nå en publik som troligen har läst manga under perioden när det var som störst. Dock lades enkäten även i den mer allmogliga gruppen Pink room och fick svag respons därifrån. Geek Women Unite! (Sweden) har över 6 400 medlemmar i skrivande stund, och även om det är liten chans att alla har sett inlägget om enkäten har det möjligtvis bidragit till att majoriteten av respondenterna var kvinnor och icke-binära.⁷

Statistik över manga samt koreanska serier utgivna under den undersökta perioden har primärt samlats in från sökportalerna hos Malmös och Stockholms stadsbibliotek. Utgivningsår och utgivare har samlats in genom att först söka efter de titlar som har taggen manga, är på svenska och är i bokform i Malmö stadsbiblioteks onlinekatalog.⁸ Därefter har de titlar som är serier av en japansk eller koreansk författare och utgivna år 2000-2010 valts ut. För att säkerställa att alla utgivna titlar kom med användes seriekällaren.se, seriewikin.serieframjandet.se och sv.wikipedia.org som referens för att få fram en komplett lista över utgiven manga och koreanska serier i Sverige.⁹ Den sparade informationen innefattar titel, utgivande förlag, utgivningsår och huruvida serierna blivit avslutade eller inte. Den sistnämnda informationen samlades in från mangaupdates.com.¹⁰ Då utgivningsåret inte alltid gick att fastställa utifrån Malmös bibliotekskatalog gjordes även sökningar i Stockholms bibliotekskatalog på de titlar som saknade eller hade tvivelaktigt utgivningsår i

⁷ Geek Women Unite! (Sweden), <https://www.facebook.com/groups/176386717211/>, hämtad 13 augusti 2019.

⁸ Sökning på manga på Malmö Stadsbibliotek, <http://malmo.stadsbibliotek.org>, hämtad 28 november 2019.

⁹ "Svensk manga", *Seriekällaren*, <https://www.seriekallaren.se/svensk-manga/>, hämtad 28 november 2019; "Alfabetisk lista över manga publicerad i Sverige", *Serieframjandet*, https://seriewikin.serieframjandet.se/index.php/Alfabetisk_lista_%C3%B6ver_manga_publicerad_i_Sverige, hämtad 28 november 2019; "Manga Media", *Wikipedia*, https://sv.wikipedia.org/wiki/Manga_Media, hämtad 28 november 2019.

¹⁰ *Manga updates*, <https://www.mangaupdates.com>, hämtad 28 november 2019.

katalogsposten.¹¹ I några enstaka fall har adlibris.com använts för att vidare fastställa informationen.¹² I vissa fall har informationen samlats in från volymernas kolofon. Informationen om hur lång en viss manga eller koreansk serie till slut har blivit på originalspråket är tagen från mangaupdates.com och jämfört med hur många volymer som kom ut på svenska. Grafer över insamlad information finns i bilaga 3.

I denna uppsats varvas alltså tre huvudsakliga material där den insamlade statistiken är kvantitativ, intervjuerna med nyckelpersoner är kvalitativ och läsarenkäten är huvudsakligen kvalitativ med vissa kvantitativa inslag. Kvantitativ data är siffror och alltså statistik, medan kvalitativ är dynamisk med fokus på att samla in människors tankar och åsikter.¹³ Under denna uppsats undersökning har de personliga intervjuerna analyserats i kombination med läsarnas perspektiv för att få fram en heltäckande bild av mangautgivningen ur ett förlags- och bokmarknadsperspektiv. Statistiken som samlats in används för att komplettera och verifiera fakta.

Teori

Teorierna som appliceras på undersökningen är följande tre teorier: Henry Jenkins konvergensteori, Hype-relaterade teorier ur boken *Hype: Bestsellers and Literary culture* (red. Jon Helgason, Sara Kärrholm, Ann Steiner), och John B. Thompsons utveckling av Pierre Bourdieus kapitalteori.

Konvergensteori

Henry Jenkins är professor inom kommunikation och journalistik. Han beskriver i sin bok *Konvergenstkulturen* att konvergenstkultur är när nya och gamla medier kolliderar och gränsen mellan medieproducenter och mediekonsument delvis suddas ut. De olika aktörerna influerar varandra och tvingar fram nya regler och normer.¹⁴ Med konvergens menar han "flödet mellan medieplattformar, samarbetet mellan olika mediebranscher och rörligheten hos mediepubliken som söker överallt i jakt på upplevelser". Det handlar om en deltagarkultur där medieproducenter och mediekonsumenterna båda är aktörer som interagerar med varandra på nya

¹¹ Biblioteket i Stockholm, <https://biblioteket.stockholm.se/>, hämtad 10 december 2019.

¹² Adlibris, <https://www.adlibris.com/se/>, hämtad 10 december 2019.

¹³ "Quantitative vs Qualitative research", *SurveyMonkey*, <https://sv.surveymonkey.com/mp/quantitative-vs-qualitative-research/>, hämtad 23 december 2019.

¹⁴ Henry Jenkins, *Konvergenstkulturen*, Göteborg, Daidalos, 2012, s. 14.

sätt. Han menar att konsumtion genom dessa interaktioner blivit en kollektiv process. Konvergens är ett kulturellt skifte där konsumenten är aktiv och nyttjar ny information för att föra samman med andra medier. Med den oändliga tillgång på information som finns att tillgå med dagens medium skapar dessa sociala interaktioner en kollektiv intelligens med sin egen typ av makt i medielandskapet. Ovanstående diskuteras i samband mangaläsarnas ambition till den grad att många blev delvis medieproducenter illegalt på internet, samt att förlagen själva såg ett visst intresse i att expandera mangatrenden till både internet och TV.

Konvergenskultur är invecklat och inget som fullt ut går att kontrollera. Samtidigt är det en orättvis kultur där mediebolagen har mer makt än konsumenterna. Även inom konsumentgrupperna finns en viss hierarki.¹⁵ Konvergens kan komma både från företagen och konsumenterna, och omfattar förändringar i både hur medier konsumeras och produceras.¹⁶ Jenkins beskriver konvergenskulturen som att den redan är här, vi kommer inte undan den, och det bästa man kan göra för att inte dö ut rent ekonomiskt eller socialt som medieproducent eller konsument är att arbeta tillsammans i det nya klimatet.¹⁷ Konvergenskulturen är också en utveckling av gamla medier - det dör alltså inte ut, utan bara förändras till en ny form, så som musikspelare förändrats över tid.¹⁸ Samtidigt förändrar konvergens förhållandet mellan marknader, genrer, konsumenter, branscher och redan existerande teknik. "Konvergens är en process, inte en ändpunkt", skriver han.¹⁹ Detta är relevant då flera fans interagerar på just detta sätt med de japanska medierna enligt enkätundersökningen.

Buzz och bästsäljare

Hype - Bestsellers and Literary Culture är en antologi med litteraturforskarna Jon Helgason, Sara Kärrholm och Ann Steiner som redaktörer. Boken inleds med en beskrivning och definition av vad en bestseller, alltså en bästsäljande bok, är. Bokens avsnitt handlar sedan om olika aspekter av bästsäljande litteratur, till exempel analyser och casestudier av fenomenen kring *Harry Potter*, *Jag är Zlatan Ibrahimović*, schejkromantik, dystopier, och fler. Det mest intressanta kapitlet för vår uppsats är inledningen samt *Serendipity, promotion, and literature: The contemporary book trade and international megasellers* av Ann Steiner.

¹⁵ Jenkins, 2012, s. 15-21.

¹⁶ Jenkins, 2012, s. 27-28.

¹⁷ Jenkins, 2012, s. 21.

¹⁸ Jenkins, 2012, s. 24.

¹⁹ Jenkins, 2012, s. 26.

Det finns flera olika sätt att definiera en bästsäljare, och en del av dessa diskuteras i inledningen. "On all levels, from the international right down to the local, the bestseller represents what a great number of readers find interesting, engaging, and recreational at a specific moment in time" står det i inledningen.²⁰ Men en bästsäljare kommer ofta inte från tomma intet. Kombinationen av marknadsföring och läsarnas egna spridning är ofta de största bidragande faktorerna till skapandet av en bästsäljare.²¹

En bästsäljare har definierats av olika personer genom åren. Den franska litteraturforskaren Robert Escarpit sorterade dem under tre kategorier: Snabbsäljande böcker som snabbt når en hög nivå av antal sålda böcker men bara under en kort period för att sedan glömmas bort och sluta nytryckas, stadigt säljande böcker som inte kommer upp i stora volymer snabbt men säljer ganska mycket över en lång tid, och bästsäljare som kombinerar båda de föregående. En kritik som redaktörerna tar upp i inledningen är att Escarpits definitioner inte används av bokindustrin idag. Redaktörerna refererar till att John Sutherland, professor i modern engelsk litteratur, diskuterat att det oftast idag är termen bästsäljare som används om de böcker som säljer snabbt men aldrig blir långvariga på marknaden. Han menar på att ofta är bästsäljare en terminologi för böcker som alla läser just då, framhävs extra i bokhandlarna, eller på annat sätt extensivt görs reklam för.²² En bästsäljare har enligt Fred Botting, professor i engelsk litteratur och kreativt skrivande, två funktioner: de ska generera pengar, och de framhäver attityder och antaganden samt normer och värderingar i dess samtid.²³ En bästsäljare har alltså onekligen den effekten att den genererar pengar till förlaget och hela förlagskedjan. Den ekonomiska aspekten av mangautgivningen och dess bästsäljare eller stadigt säljande böcker studeras i denna uppsats.

I *Hype* definierar redaktörerna en bästsäljare som en titel som säljer många exemplar under en kort period, men de inkluderar även vissa stadigt säljande böcker. En bästsäljare är även en bok som får mycket fokus i media, framhävs av förlaget och relaterade instanser, och/eller har en författare som är eller blir ett varumärke. Många gånger kommer titeln även ut som andra sorters media så som film eller spel, och har så många läsare att det blir ett "buzz" runt titeln.²⁴ *Hype* diskuterar även vad en "hype" är, men denna definition förutsätter att

²⁰ Jon Helgason, Sara Kärrholm, Ann Steiner, *Hype: Bestsellers and Literary Culture*, Lund, Nordic Academic Press, 2014, s. 7.

²¹ Helgason, Kärrholm och Steiner (red.), 2014, s. 8.

²² Helgason, Kärrholm och Steiner (red.), 2014, s. 10.

²³ Helgason, Kärrholm och Steiner (red.), 2014, s. 11-12.

²⁴ Helgason, Kärrholm och Steiner (red.), 2014, s. 14.

förlagen själva försöker framhäva ett verk för att skapa en hype.²⁵ Detta visade sig dock vara mindre relevant för uppsatsens ämne, då det snarare rörde sig om en buzz än en hype. En buzz beskrivs av sociologiprofessorn John B. Thompson och summeras i *Hype* som en bok som läsarna svarar mycket positivt på oavsett om den var länkad till en hype eller inte. Här är "word of mouth" en av de viktigaste aspekterna, alltså att läsarna pratar om och rekommenderar titlarna till varandra för att generera nya läsare.²⁶ Båda dessa aspekter av buzz är relevanta för denna uppsats då dessa mönster återkommer i den svenska mangaboomen.

Kapitalteori

Thompson har utvecklat Pierre Bourdieus fält- och kapitalteorier för att passa litteraturvetenskap och förlagskunskap bättre. Ett fält är ett strukturerat område av sociala positioner som kan innehålla olika typer av agenter, både individer och organisationer, och deras position ändras beroende på vilken typ eller mängd av tillgångar, eller "kapital", som de har tillgängliga. I publiceringsfältet är fem typer av resurser de viktigaste enligt Thompson: ekonomiskt kapital, mänskligt kapital, socialt kapital, intellektuellt kapital och symboliskt kapital.²⁷

Det **ekonomiska kapitalet** är förlagets totala ekonomiska tillgångar. Det ekonomiska kapitalet är en självklart viktig del av förlagets process, då de oftast står för det finansiella risktagandet. Produktionsprocessen måste finansieras, och böcker måste säljas för att utveckla företaget. De betalar även royalty i förväg till författare eller agenter, och investerar pengar i alla anställda kring processen. Ju större ekonomiskt kapital de har, desto mer kan de investera i marknadsföring eller budgivning för olika rättigheter.²⁸

Det **mänskliga kapitalet** är de anställda på förlaget och deras kunskap, kompetens och expertis. Förlaget måste ha duktiga medarbetare som är experter på det de gör. Speciellt redaktörer och förläggare behöver vara bra på att hitta nya författare och licenser som har stor chans att bli lyckade. Förlaget bär eller brister på deras skicklighet. Förläggare och redaktörer behöver också knyta goda kontakter och värna om dem.

²⁵ Helgason, Kärrholm och Steiner (red.), 2014, s. 15.

²⁶ Helgason, Kärrholm och Steiner (red.), 2014, s. 16.

²⁷ John B. Thompson, *Merchants of Culture: The publishing business in the twenty-first century*, New York, Plume, 2012, s. 3-4.

²⁸ Thompson, 2012, s. 5.

Det **sociala kapitalet** är kontakter som ett förlag har samt hela deras nätverk som de byggt upp över tid. Förlag utvecklar relationer med hela publiceringskedjan. Allt från tryckeri, till bokhandlar, distributörer och kunder är viktigt att ta vara på och värna om.²⁹

Intellektuellt kapital är liknande intellektuell egendom, alltså deras rättigheter som de äger eller kontrollerar. Det inkluderar deras författare de har till sitt förfogande och rättigheter som de kan sälja vidare eller använda sig av. Ett förlags författarstall är en ovärderlig tillgång för förlaget som de kan använda och sälja vidare rättigheterna till. Ett kontrakt kan vara en resurs, men även en börda, då det kan knyta förlaget till att de måste ge ut en bok som till slut inte säljer så bra som förväntat. Detta är något vi sett återkomma inom mangautgivningen.

Det **symboliska kapitalet** är den prestige och status som ett förlag har associationer till.³⁰ Detta är ett abstrakt koncept och innebär att förlag bidrar i kultursektorn till vad som kan tolkas eller bör anses vara bra smak och kvalitetslitteratur. Deras namn är ett varumärke och förväntas leverera en viss produkt. Ett förlag eftersträvar symboliskt kapital precis som de eftersträvar ekonomiskt, då detta är viktigt för deras image, alltså hur de vill framstå internt och externt.³¹ Dock kan författare och agenter även äga sitt eget symboliska kapital, till exempel om en författare blir känd för sin kvalitetslitteratur. Detta kan då reflektera gott på förlaget som gav ut dem.³² Kapitalteorin är användbar när det kommer till en uppsats som denna där många olika aspekter av förlagskulturen analyseras, från läsarperspektiv till högsta chefen på förlagen.

Tidigare forskning

Det finns flera uppsatser om manga i Sverige men relativt lite tryckt material. Den diskuterbart största informationskällan på svenska om svensköversatt manga är boken *Manga! japanska serier och skaparglädje* av Fredrik Strömberg, år 2007. Vid denna tidpunkt var mangautgivningen dalande, men inte försvunnen. Strömberg går här igenom vad manga är, det bildspråk som används i manga, vem som tecknar manga, manga i skolan, och liknande. Det intressanta med denna bok är just att den är från tiden då Strömberg förmodligen inte visste att mangautgivningen skulle sjunka så drastiskt inom de kommande åren. Det ger en viss insyn i hur mangakulturen såg ut på den här tiden.

²⁹ Thompson, 2012, s. 6.

³⁰ Thompson, 2012, s. 7.

³¹ Thompson, 2012, s. 7.

³² Thompson, 2012, s. 8.

Strömberg skrev också år 2008 en bok kallad *Mangabiblioteket: introduktion till den asiatiska seriekulturen*, utgiven på BTJ förlag, och har därmed extra fokus på att presentera olika svensköversatta manga för biblioteken. I stor utsträckning var det nämligen svårt för biblioteken att kategorisera manga, speciellt med tanke på att en bokserie kunde bli över 40 volymer lång.³³

Önskas mer forskning i fysisk bokform får man sträcka sig till amerikanska böcker såsom *Manga in America: Transnational Book Publishing and the Domestication of Japanese Comics* av Casey Brienza, 2016, på Bloomsbury Academic. Med USA som fokus bör man vara medveten om att den amerikanska mangaboomen startade aningen innan den svenska, och även om det blev en reducerad utgivning ungefär samtidigt som i Sverige har de fortfarande kvar en väsentlig del av sin mangautgivning även idag som endast är halverad idag jämfört med för tio år sedan.³⁴

Ett antal master- och kandidatuppsatser har skrivits kring manga i Sverige, dess bildspråk, dess roll på biblioteken, och liknande. Christian Johanssons masteruppsats *The Emergence and Decline of the Swedish Manga Industry: A Study on the Conditions of a Micro Subsidiary in a Global Macro Publishing Context* behandlar också mangaboomen utifrån ett globalt industriperspektiv, men uppsatsen är endast på masternivå. Det finns ingen forskning om den svenska mangaboomen på högre nivå i nuläget. Det finns också en rad problem med Johanssons uppsats innehåll. Han har inte intervjuat alla förlagen som gav ut manga under åren 2000-2010; både Egmont och Mangismo, som var två stora aktörer, saknas. Bland intervjuobjekten är det till stor del den mangainfluerade serieskaparen Natalia Batista som intervjuas. Hon var endast aktiv under de senare åren av mangaboomen och det är tvivelaktigt om hon kan tolkas som en nyckelperson i detta sammanhang. Vid ett par tillfällen presenteras rena faktafel, som att *Death Note* inte skulle ha kommit ut på svenska, trots att hela serien faktiskt gavs ut.³⁵ Han refererar till mangaläsarna vid ett par tillfällen men har inte med några sådana intervjuer i uppsatsen utan använder sig endast av information från sina respondenter.³⁶ I denna uppsats finns även en läsarenkät vilken blandas med intervjuobjektens åsikter i ett

³³ Goshō Aoyama, *Mästerdetektiven Conan 63*, Malmö, Egmont Kärnan, 2010.

³⁴ "2003-2016 US Manga Print Sales Statistics", *Animetics*, <https://animetics.net/us-manga-print-sales-statistics/>, hämtad 21 mars 2019.

³⁵ Christian Johansson, *The Emergence and Decline of the Swedish Manga Industry: A Study on the Conditions of a Micro Subsidiary in a Global Macro Publishing Context*, Karlstad University, Faculty of Arts and Social Sciences (starting 2013), Department of Geography, Media and Communication, 2017, s. 64; "Death note komplett serie", *Seriekällaren*, <https://www.seriekallaren.se/svensk-manga/death-note/death-note-komplett-serie-vol-1-till-12-svensk>, hämtad 04 augusti 2019.

³⁶ Johansson, *The Emergence and Decline of the Swedish Manga Industry: A Study on the Conditions of a Micro Subsidiary in a Global Macro Publishing Context*, 2017, s. 73.

försök att komma närmare en representativ bild av mangaboomens händelser, vilket Johansson inte har. På så sätt kompletterar denna uppsats hans arbete då denna uppsats har intervjuer med fler personer.

Bakgrund

Detta avsnitt presenterar grundläggande kunskap kring vilka huvudföretag som skedde kring mangautgivningen i Sverige. Det var framför allt tre förlag som gav ut manga översatt från japanska till svenska: Bonnier Carlsen tillsammans med Fullstop Media, Egmont Kärnan och Mangismo. Även B. Wahlströms gav ut ett fåtal mangaserier på svenska men gav i huvudsak ut serier från Korea under den undersökta perioden. Tyska Carlsen kontaktade Bonnier Carlsen i Sverige runt år 1999. De berättade om hur bra manga sålde i Tyskland och rådde Bonnier Carlsen att börja ge ut manga. De följde rådet och år 2000 gav de ut de första volymerna av mangan *Dragon Ball*. Runt år 2001, efter att *Dragon Ball* var nära på bli nerlagd, tog försäljningen plötsligt fart och serien sålde i mängder. När den väl började närma sig sitt slut var det dags för en ny satsning, *One Piece* och *D.N.Angel*. Bonnier Carlsen hade märkt att många tjejer också läste *Dragon Ball* och *D.N.Angel* blev första mangan på svenska riktad till dem.³⁷ Med en efterfrågan på manga och eldsjälar på redaktionen gav sig även Egmont Kärnan in i spelet.³⁸ År 2003 kom tidningen *Manga Mania* ut, utgiven av Manga Media, ett samarbete mellan Schibstedts/Fullstop Media och Bonnier Carlsen.³⁹ Där fick läsarna följa ett antal serier i varje nummer och de populäraste trycktes sedan i pocket av Bonnier Carlsen. Inte långt därefter började B. Wahlströms släppa koreanska serier och nya mangaförlaget Mangismo började släppa manga över hela skandinavien.⁴⁰ Efter det ökade utgivningen kraftigt och år 2005 och 2006 släpptes totalt 32 nya manga och koreanska serier, och totalt 267 böcker med serier från Japan och Korea.⁴¹

Målgruppen för manga och koreanska serier var barn och tonåringar. Efter 2006 började utgivningen att sjunka.⁴² År 2007 kom den första stora stöten då Mangismo gick i konkurs och

³⁷ Johan Andreasson, redaktör Bonnier Carlsen, intervjuad 11 april 2017 av Elise Rosberg via telefon.

³⁸ Kenneth Andrén, VD Egmont, intervjuad 3 mars 2019 av Elise Rosberg via telefon.

³⁹ "Manga Mania", *Seriewikin*, https://seriewikin.serieframjandet.se/index.php/Manga_Mania, hämtad 23 december 2019; "Schibsted Förlagen", *Seriewikin*, https://seriewikin.serieframjandet.se/index.php/Schibsted_F%C3%B6rlagen, hämtad 23 december 2019.

⁴⁰ Jesper Holm, förlagschef Mangismo, intervjuad den 26 mars 2019 av Elise Rosberg via telefon.

⁴¹ Statistik över manga- och koreanska serieutgivning i Sverige 2000-2010, bilaga 3, fig. 15.

⁴² Statistik över manga- och koreanska serieutgivning i Sverige 2000-2010, bilaga 3, fig. 15.

Egmont Kärnan tog över en del av deras serier.⁴³ Efter konflikter på hemsidan stängdes bcmanga.se ner 2009, som därefter drivits av Bonnier Carlsen som ett community för mangafans.⁴⁴ Mangautgivningen fortsatte sjunka. Från att ha gett ut 128 mangaböcker år 2008 gavs det år 2010 endast ut 27 stycken och flera serier hade vid det laget lagts ner ofullständiga.⁴⁵ År 2013 kom *One Piece* nummer 66 ut, den sista volymen manga något av de förlagen som berörs i denna uppsats gav ut på svenska.⁴⁶

Definitioner

Manga är det japanska ordet för tecknade serier. I Japan innefattar det alla tecknade serier från hela världen men i västvärlden syftar det oftast till tecknade serier specifikt från Japan. Manga har också blivit en beteckning på en viss ritstil. Något som kännetecknar manga är att en berättelse kan sträcka sig över flera tusen sidor, upplevas filmisk med mycket rörelse och oftast tecknat i svartvitt. En annan skillnad är att läsordningen är motsatt och läses från höger till vänster.⁴⁷ Istället för manga kan man säga "japanska serier", men i denna uppsats använder vi ordet manga då det är det ordet som är vanligast förekommande i vårt primära och sekundära material.

Scanlations ("scanned translations") innebär manga som är inskannad av fans, översatt till annat språk än japanska, och upplagd illegalt på internet.⁴⁸

Anime syftar på animerade TV-serier och filmer från Japan, huvudsakligen producerad av och för en japansk marknad.⁴⁹ En anime är ofta baserad på manga, spel eller light novels (korta romaner med illustrationer i mangastil) men kan även vara originalhistorier.

Ordet **boom** används i uppsatsen för att understryka att utgivningen av manga växte snabbt i början av 2000-talet, för att inom tio år nästan helt läggas ner igen. Boom i denna uppsats syftar dock mest på mangautgivningens explosionsartade början. Många källor

⁴³ Läsarnas marknad, marknadens läsare (SOU 2012:10) : - en forskningsantologi, s. 339.

⁴⁴ "BC Manga", *Seriewikin*, 28 februari 2011, https://seriewikin.serieframjandet.se/index.php/BC_Manga, hämtad 8 maj 2019.

⁴⁵ Statistik över manga- och koreanska serieutgivning i Sverige 2000-2010, bilaga 3, fig. 15 och 18.

⁴⁶ Eiichiro Oda, *One Piece 66: Vägen som leder till solen*, Stockholm, Bonnier Carlsen, 2013.

⁴⁷ Fredrik Strömberg, *Mangabiblioteket: introduktion till den asiatiska seriekulturen*, Lund, BTJ Förlag, 2008, s. 13-15.

⁴⁸ "Scanlation", *Wikipedia*, <https://sv.wikipedia.org/wiki/Scanlation>, hämtad 25 december 2019; Noah Berlatsky, *The Ethics of Scanlation*, Center for Digital Ethics and Policy, 1 februari 2013, <https://www.digitalethics.org/essays/ethics-scanlation>, hämtad 7 maj 2019.

⁴⁹ "Anime", *Nationalencyklopedin*, <https://www-ne-se.ludwig.lub.lu.se/uppslagsverk/encyklopedi/l%C3%A5ng/anime>, hämtad 7 maj 2019.

använder även uttrycket **mangavåg** för att uttrycka samma sak, men det är huvudsakligen ordet **mangaboom** som används i artiklar från samtiden eller i våra intervjuer.

Undersökning och analys

Följande avsnitt går igenom de största faktorerna kring uppkomsten och nedgången av den mangautgivning som skedde år 2000-2010 i Sverige. Analysen är indelad i avsnitt efter de huvudfaktorer som synliggjordes under arbetets gång. Det är värt att notera att ingen händelse är isolerad utan allt skedde i symbios och därmed är vissa områden delvis överlappande.

Dragon Ball-boom eller mangaboom?

Detta avsnitt fokuserar på mangan *Dragon Ball*, utgiven på svenska av Bonnier Carlsen och har av flera nedan presenterade källor definierats som startskottet för den svenska mangaboomen. Vissa intervjuobjekt påstår även att det var en *Dragon Ball*-boom hellre än en mangaboom. Nedanstående text presenterar bakgrunden till *Dragon Balls* utgivning samt analyserar olika åsikter och statistik kring om det var en *Dragon Ball*-boom eller mangaboom. Det är framför allt Johan Andreassons intervju som var givande i detta fallet och därför ligger fokuset på hans återberättande av händelserna kring *Dragon Ball*-utgivningen.

För att förstå hur *Dragon Ball* kom att ges ut på svenska följer nedan en kort genomgång av händelseförloppet fram till utgivningen. Förlaget Carlsen IF slogs ihop med Bonnier år 1993.⁵⁰ Bonnier-ägda förlaget Semic sålde sin serietidningsverksamhet till Egmont år 1997.⁵¹ Enligt Andreasson var slutet av 1990-talet en orolig period för nya Bonnier Carlsen då de inte riktigt visste vad deras nya inriktning skulle vara än. Upplagorna och försäljningen sjönk vilket resulterade i att förlagets ekonomi försämrades. För att etablera sig på marknaden igen förespråkade Semics före detta VD Pentti Molander att Bonnier Carlsen skulle ge ut manga, då han var väl insatt i seriemarknaden och hade sett hur bra det gick för manga i Tyskland. Vidare berättar Andreasson att Bonnier Carlsen under denna tid hade ett nära samarbete med tyska Carlsen, som ägdes av samma koncern i Sverige. Det var tyska Carlsen som starkt rekommenderade *Dragon Ball* till svenska Bonnier Carlsen, varpå alla volymer översattes från tyska till svenska med faktagranskning av en japanexpert vid namn Vibeke Emond. Detta

⁵⁰ "Om förlaget", *Bonnier Carlsen*, <https://www.bonniercarlsen.se/om-forlaget/>, hämtad 9 augusti 2019.

⁵¹ "Om förlaget", *Semic*, <https://www.semic.se/om-forlaget/>, hämtad 9 augusti 2019.

noterar även Johansson.⁵² Den första volymen av *Dragon Ball* släpptes på svenska år 2000.⁵³ De visste att det skulle krävas flera volymer för läsarna att komma in i bokserien och därav släpptes de fyra första volymerna samtidigt. Därefter släpptes en i månaden.⁵⁴ År 2008 rapporterar *Svensk Bokhandel* att Bonnier Carlsen har sålt sammanlagt 1,5 miljoner exemplar av *Dragon Ball*, fördelat på de samtliga 42 böckerna, i Sverige.⁵⁵

I antologin *Hype: Bestsellers and Literary Culture* definieras en *bestseller*, alltså en bästsäljare, som en titel som säljer ett stort antal under kort tid, eller som säljer stadigt över lång tid.⁵⁶ Andreasson som var involverad i samtliga *Dragon Ball*-volymers släpp menar på att *Dragon Ball* var deras oslagbara bästsäljare.⁵⁷ Även Johansson har noterat i sin masteruppsats att *Dragon Ball* blev en supersäljare och fick både läsare och förlag intresserade av manga.⁵⁸ Serien hade dock en dålig start, till den punkt att redaktören Björn Wahlberg fick gå ner i arvode, berättar Magnus Nytell i en artikel i *Svensk bokhandel* från 2005.⁵⁹

I vår läsarundersökning har 27 procent svarat att deras första manga var *Dragon Ball*, antingen på svenska eller annat språk.⁶⁰ Det antyder att mer än en fjärdedel började läsa manga till stor del på grund av *Dragon Ball*. Trots det har ingen nyutgåva släppts i Sverige sedan den först gick ur tryck sent 00-tal. I Japan säljs *Dragon Ball* fortfarande i nyutgåvor, medan den i Sverige endast finns att få tag på i andra hand i sin helhet.⁶¹ En sökning på till exempel Adlibris eller Bokus idag uppvisar inga träffar på någon av seriens 42 volymer på svenska.⁶² *Dragon Ball* sålde över en miljon exemplar under de första åtta åren, vilket gör att *Dragon Ball* alltså kan definieras som den typ av bästsäljare där en serie böcker sålde stora volymer under en relativt kort period och innan den gick ur tryck. Samtidigt applicerades böckers vanliga korta

⁵² Johansson, 2017, s. 16.

⁵³ Akira Toriyama, *Drakkulornas hemlighet*, Stockholm, Bonnier Carlsen, 2000.

⁵⁴ Andreasson, intervju 6 augusti 2019.

⁵⁵ Lars Schmidt, "Mangaläsarna får aldrig nog", *Svensk Bokhandel*, 12 april 2006. <https://www.svb.se/nyheter/mangalasarna-far-aldrig-nog>, hämtad 10 maj 2019.

⁵⁶ Helgason, Kärrholm och Steiner (red.), 2014, s. 14.

⁵⁷ Johan Andreasson, redaktör Bonnier Carlsen, intervjuad 6 augusti 2019 av Elise Rosberg via telefon.

⁵⁸ Johansson, 2017, s. 15.

⁵⁹ Winkler, Lasse, "Manga och Kalle Anka driver säljmotorn", 19 maj 2005, *Svensk Bokhandel*, <https://www.svb.se/nyheter/manga-och-kalle-anka-driver-saljmotorn>, hämtad 9 augusti 2019.

⁶⁰ Enkätundersökning, bilaga 2, fråga 4, fig. 4a.

⁶¹ Amazon, sökning på *Dragon Ball* på japanska, <https://www.amazon.co.jp>, hämtad 4 augusti 2019.

⁶² Adlibris, sökning på *Dragon Ball*, https://www.adlibris.com/se/sok?q=dragon+ball&filter=grouped_language_sv:svenska, hämtad 4 augusti 2019; Bokus, sökning på *Dragon Ball*, https://www.bokus.com/cgi-bin/product_search.cgi?ac_used=no&search_word=dragon+ball, hämtad 17 december 2019.

livscyklar inte på *Dragon Ball*, då den åtminstone var i tryck fram till år 2007, enligt Johan Andreasson.

När *Dragon Ball* började sälja i stora mängder började Bonnier Carlsen ge ut flera olika mangatitlar i ett försök att hitta en ny bästsäljare.⁶³ Det var dock svårt att skapa en ny storsäljare på samma nivå som *Dragon Ball* varit. Titlar som *One Piece* och *Naruto* gick bra och mangautgivningen gick aldrig ekonomiskt back såvitt Andreasson kan minnas, men en bästsäljare såsom *Dragon Ball* kom aldrig igen. "Det fanns en förhoppning om att manga skulle bli en stor mangarej i Sverige men det blev det aldrig riktigt på det sättet som förlaget hoppades", förklarar Andreasson. Steiner skriver i *Hype: Bestsellers and Literary Culture* att för att hitta eller skapa en bästsäljare kan förlagen antingen ge ut färre titlar, marknadsföra dem hårdare och hoppas på att de har gjort rätt val, eller ge ut många titlar och marknadsföra dem likadant för att se vilken som blir populär.⁶⁴ Bonnier Carlsen satsade på det sistnämnda, men lyckades inte skapa en lika stor bästsäljare som *Dragon Ball*. Då lades mangautgivningen ner. Andreasson förklarar att "hade det varit faktaböcker för barn så hade det funnits en tradition och då hade de nog härdat ut tills det kommer tillbaka, men manga var något de hoppade på uteslutande av ekonomiska skäl och då var det också ganska lätt för förlaget att säga att det var en trend, det här är inte vår grej egentligen, vi hade inte kunnande och engagemang för det". Förlag måste självklart förvärva ett ekonomiskt kapital för att göra nya satsningar på fler titlar, helt enligt Thompsons kapitalteori, och det Andreasson har berättat visar på att förlaget ändå gav manga, och inte bara *Dragon Ball*, en ärlig chans att förvärva mer ekonomiskt kapital. Även Johanssons masteruppsats såg att många förlag hoppade på för att manga sågs som det gyllene ägget inom barnboksindustrin fram till cirka år 2007.⁶⁵ Kenneth Andréén, dåvarande VD på Egmont, understryker även han i sin intervju att de hoppade på manga för att de såg *Dragon Balls* succé, och att manga ändå förvärvade dem ekonomiskt kapital en period.⁶⁶

År 2006 släpptes det som mest manga, och 2009 lades det ner som flest manga, enligt insamlad statistik.⁶⁷ Efter flera år av mangautgivning med endast milda framgångar i jämförelse med deras förväntan trappades alltså utgivningen ner och försvann. "Det var ju mestadels en *Dragon Ball*-boom om man ska vara ärlig, när man tittar tillbaka på det", säger serieforskare

⁶³ Andreasson, intervju 6 augusti 2019.

⁶⁴ Helgason, Kärrholm och Steiner (red.), 2014, s. 58.

⁶⁵ Johansson, 2017, s. 74.

⁶⁶ Andréén, intervjuad 3 mars 2019.

⁶⁷ Statistik över manga- och koreanska serieutgivning i Sverige 2000-2010, bilaga 3, fig. 15, fig. 18.

Fredrik Strömberg i sin intervju.⁶⁸ Andreasson menar på att det var en mangavåg i Tyskland, men i Sverige var det endast en *Dragon Ball*-våg. Enligt Andreasson gick *One Piece* också bra när den var ensam med *Dragon Ball* på marknaden.⁶⁹ Och trots att manga ändå var ekonomiskt gynnsamt, är det rimligt att anta att manga runt år 2009 förmodligen slutade generera pengar. Retrospektivt är det lätt att se att *Dragon Ball* var ledstjärnan för manga i Sverige, men trots flera försök nådde ingen annan manga upp till samma nivå. När det inte lyckades blev manga som koncept mindre och mindre attraktivt för förlagen rent ekonomiskt.

Överutgivning

Detta avsnitt undersöker olika aspekter av den förhållandevis stora mängd titlar som kom ut på en ny och obeprövad marknad för manga. När *Dragon Ball* närmade sig sitt slut i Sverige år 2003 började Bonnier Carlsen ge ut *One Piece*, en nyare liknande serie tänkt för samma målgrupp.⁷⁰ Ungefär samtidigt gjorde Egmont Kärnan sin mangadebut med serien *Ranma ½*. Året därpå ökade det totala antalet nya svenskutgivna manga endast från fyra till sex stycken. År 2005, när även B. Wahlströms och Mangismo började sin utgivning, blev det en kraftig ökning och 18 nya mangatitlar gavs ut. År 2006 släpptes ytterligare 14 nya manga och antalet tryckta volymer nådde sin topp med 168 volymer spridda över 35 pågående serier.⁷¹

Med ett stort antal titlar på marknaden blir det svårare att få läsarna att fokusera på en enda titel.⁷² Johan B Brandstedt, redaktör på Bonnier Carlsen, förklarar att förlagen ville ge ut så mycket manga som möjligt för att hitta nästa stora bästsäljare men genom att göra just detta gjorde de det allt svårare för sig själva att uppnå detta mål. För mycket gavs ut och till en målgrupp som inte var tillräckligt stor.⁷³ Andreasson berättar att den fokuserade målgruppen var för ung och inte hade pengar att köpa allt som kom ut. Det var för många aktörer på marknaden och överutgivningen kom snabbt.

Vad fick då förlagen att gå mot denna överutgivning? Rivaliteten mellan förlagen var troligtvis en bidragande faktor. Andreasson berättar att Bonnier Carlsen såg prestige i att ha flest mangatitlar.⁷⁴ Detta bidrog troligtvis till ett högt tryck att ge ut mer. De såg en chans att

⁶⁸ Fredrik Strömberg, serieforskare, intervjuad den 27 april 2017 av Elise Rosberg, på Serieskolan, Mazettihuset, Malmö.

⁶⁹ Andreasson, intervju 6 augusti 2019.

⁷⁰ Andreasson, intervju 11 april 2017.

⁷¹ Statistik över manga- och koreanska serieutgivning i Sverige 2000-2010, bilaga 3, fig. 15-16.

⁷² Helgason, Kärholm och Steiner (red.), 2014, s. 55.

⁷³ Johan C Brandstedt, redaktör Bonnier Carlsen, intervjuad den 24 april 2017 av Elise Rosberg via Skype.

⁷⁴ Andreasson, intervju 11 april 2017.

förvärva symboliskt kapital, och alla förlagen ville ju vara de som gav ut mest och bäst manga. Manga var en typ av serier som inte funnits i någon större utsträckning tidigare på svensk marknad och det är lätt att se i efterhand att manga inte blev den stora nya ihängande trenden som förlagen verkar ha hoppats på att det skulle bli.

Även Tegebjer kommenterar att det var hård konkurrens mellan förlagen och att det blev som en auktion för att vinna titlar hos de japanska förlagen.⁷⁵ Dock var det ofta krav från de japanska förlagen på att även mindre populära titlar skulle ges ut för att förlagen skulle få tillgång till de mer populära titlarna i Japan.⁷⁶ Så för att få ge ut de populära titlarna tvingades de svenska förlagen ge ut ännu fler serier på marknaden. Utan försäljningssiffror är det svårt att säga hur bra eller dåligt dessa titlar sålde på den svenska marknaden men i en intervju med Jesper Holm, förlagschef på Mangismo, benämndes titlarna som underlägsna de andra.⁷⁷ Andra benämnde dem som "titlar som inte slagit ordentligt utomlands" och "skräpstitlar".⁷⁸ Andrén, VD på Egmont, kommenterar också och säger att dessa paket-titlar inte alltid fungerade.⁷⁹

Runt år 2006 var för många titlar på marknaden, och antalet köpare var för få för det antalet titlar. Andreasson anser att utgivningen borde gått lugnare till och att utbudet på olika genrer borde varit bredare och spridits till fler åldrar.⁸⁰ De två sistnämnda argumenten håller även Mikael Tegebjer, redaktör på Egmont, samt Strömberg med om.⁸¹ Även Johansson nämner detta i sin uppsats, att konsumenterna blev frustrerade av den dåliga variationen bland genrer.⁸² Likaså tyder även svar från enkäten på att det inte var rätt titlar som gavs ut och att det kom ut för mycket riktat till en ekonomiskt köpsvag grupp. Bland de 68 procent som delvis eller endast läste scanlations, alltså piratkopierade manga upplagda av fans på internet, var de vanligaste anledningarna till att de övergick till scanlations att det var ett bättre och bredare utbud, mer lättillgängligt samt att det blivit för dyrt att köpa manga.⁸³

Förlagen hoppades alltså på en ny bästsäljare men lyckades inte hitta en sådan trots att de provade många olika titlar. De japanska förlagen krävde också att de svenska skulle ge ut fler titlar än vad marknaden klarade av att ta åt sig. Det går att dra slutsatsen att det inte blev

⁷⁵ Mikael Tegebjer, redaktör Egmont, intervjuad den 29 mars 2019 av Elise Rosberg via telefon.

⁷⁶ My Bergström, översättare, intervjuad den 28 april 2017 av Elise Rosberg via Skype, Peter Friman, redaktör Egmont, intervjuad 24 mars 2019 av Elise Rosberg via telefon, Kenneth Andrén, intervju 3 mars 2017.

⁷⁷ Holm, intervju 26 mars 2019.

⁷⁸ Strömberg, intervju 27 april 2017.

⁷⁹ Andrén, intervju 3 mars 2019.

⁸⁰ Andreasson, intervju 11 april 2017.

⁸¹ Strömberg, intervju 27 april 2017; Tegebjer, intervju 29 mars 2019.

⁸² Johansson, 2017, s. 73-74.

⁸³ Enkätundersökning, bilaga 2, fråga 7, fig 7a, fig. 7b.

ekonomiskt gynnsamt i längden utan en ny bästsäljare, och intresset för ett visst symboliskt kapital som mangautgivningen hoppades kunna ge svalnade. Överutgivningen växte samtidigt som variationen krympte, och läsarna blev frustrerade.

Val av titlar

I både intervjuer och i enkätundersökningen syns en viss kritik mot de titlar som förlagen gav ut. Strömberg ser inte mängden titlar som ett direkt problem utan menar att det snarare var fel titlar som kom ut. De skulle även hållit sig till de låga åldrarna som inte kunde engelska för att undvika att de förlorade läsare till den engelska utgivningen eller scanlations, anser han. De skulle också ha hållit sig till de japanska serierna och inte satsat på de koreanska, då många mangafans inte var intresserade av de koreanska.⁸⁴

När det kommer till val av titlar hade även den relativt tidiga tidningen *Manga Mania* sina problem enligt Strömberg.⁸⁵ Den kom när mangautgivningen precis hade börjat expandera och hade serier för äldre tonåringar och unga vuxna som riskerade att starta diskussioner kring barn och sexualitet. Det var alltså något som hade kunnat tabubelägga manga i Sverige innan det ens hunnit ta fart. Då detta var en relativt tidig utgivning, innan de stora mangaauktionerna hos de japanska förlagen hade kommit igång, är det mer troligt att dessa serier valdes av utgivarna och inte var en del av ett påtvingat paket. Att välja så utmanande serier i starten av en helt ny typ av utgivning kan ifrågasättas, speciellt i ett land där serier främst anses vara för barn och där omslagen på tidningarna dessutom ofta hade en färgglad och gullig estetik. Brandstedt, redaktör på Fullstop Media med *Manga Mania*, nämner även detsamma: de gav ut manga lite på nåde av Bonnier Carlsen då det fanns lite "gubbsjuka skämt", alltså vuxenskämt, och mer vågade ämnen i serierna de gav ut, och eftersom Bonnier Carlsen var kända för *Kamratposten* fick de ibland "hålla andan", berättar han.⁸⁶ Strömberg kommenterar också på att vissa titlar inte fungerade för en ung publik trots att de marknadsfördes så.⁸⁷ *Love Hina* som gick i *Manga Mania* och även kom ut i pocketform på Bonnier Carlsen, är i Japan en komedi- och erotikserie.⁸⁸ Trots detta gavs den ut på barnboksförlaget Bonnier Carlsen. Detta kan ha bidragit till att rätt läsare inte nåddes.

⁸⁴ Strömberg, intervju 27 april 2017.

⁸⁵ Strömberg, intervju 27 april 2017.

⁸⁶ Brandstedt, Johan C, redaktör Bonnier Carlsen, intervjuad den 24 april 2017 av Elise Rosberg via Skype.

⁸⁷ Strömberg, intervju 27 april 2017.

⁸⁸ "Love Hina", *Baka-Updates*, <https://www.mangaupdates.com/series.html?id=1227>, hämtad 2 december 2019.

Det fanns ett visst sug efter mer vuxna titlar.⁸⁹ *Manga Mania* innehöll visserligen några mer mogna serier men tidningen gavs ut tidigt i mangavågen, innan den stora massan nya mangaläsare hade fått tid på sig att växa in i dem. När de väl blivit äldre hade de inte längre chansen att läsa de mer mogna mangorna som kom i tidningen då de aldrig gavs ut i pocket och tidningen i sig lades ner. Bonnier Carlsen hade rätten till att ge ut tidningens serier i pocketform, men eftersom de är ett barnboksförlag hade de inget intresse av att ge ut dessa mer vuxna titlar i pocket.⁹⁰ Även Johansson noterar detta i sin uppsats: "All Swedish publishers that were not specialists specifically founded to publish manga, were first and foremost purveyors of children's literature".⁹¹ I enkätundersökningen svarade endast 2 procent att de kände sig för gamla för manga och därför slutade läsa manga helt. 15 procent svarade att de slutade läsa manga för att det inte fanns någon manga de ville läsa längre och 17 procent svarade att de titlarna de ville läsa inte fanns att läsa på svenska. Den vanligaste anledningen var, med 53 procent, att de gick över till att läsa på engelska istället.⁹² Det tyder på att läsarna kanske inte kände sig för gamla för manga, men att titlarna som kom ut på svenska inte var tillräckliga.

En annan intressant aspekt är att läsarna på denna tiden ville att manga skulle vara japanska, enligt Bergström.⁹³ Strömberg bekräftar detta och förklarar att skälet till att det inte gick bra för Mangismo, som satsade i stor utsträckning på koreanska serier, var just för att de satsade på något publiken inte ville ha.⁹⁴ Här bör det dock noteras att endast två av de totalt elva titlar som Mangismo gav ut var av koreanskt ursprung.⁹⁵ Holm säger själv att han valde koreanska serier över manga för att han behövde bygga upp en backlist snabbt, och de japanska förlagen tog för lång tid, och han har inte kommenterat på om det var de koreanska serierna som sålde dåligt.⁹⁶ 17 procent av respondenterna i läsarundersökningen anser att det gavs ut fel titlar.⁹⁷ Till försvar pekar Holm på att det var lättare att ha kontakt med de koreanska förlagen än de japanska.⁹⁸ Det kan alltså betyda att de snabbt ville få upp ett intellektuellt kapital, till viss del på bekostnad av det sociala kapitalet. Holm säger att det var kvalitetsserier

⁸⁹ Strömberg, intervju 27 april 2017.

⁹⁰ Andreasson, intervju 11 april 2017.

⁹¹ Johansson, 2017, s. 75.

⁹² Enkätundersökning, bilaga 2, fråga 6.

⁹³ Bergström, intervju 28 april 2017.

⁹⁴ Strömberg, intervju 27 april 2017.

⁹⁵ Statistik över manga- och koreanska serieutgivning i Sverige 2000-2010, bilaga 3, se länk.

⁹⁶ Holm, intervju 26 mars 2019.

⁹⁷ Enkätundersökning, bilaga 2, fråga 8.

⁹⁸ Holm, intervju 26 mars 2019.

även om de var koreanska.⁹⁹ Det är svårt att säga i dagsläget om de sålde bra eller ej, då Holm säger att den främsta anledningen till att Mangismo fick läggas ner var på grund av dåliga affärer i Norge där de försökte nå en ny publik. En viss missnöjdhet kan uppmätas bland läsarna även om vår enkätundersökning inte hade utrymme för att noggrannare förklara varför läsarna tyckte att fel titlar gavs ut.

Det var alltså flera faktorer över åren som gjorde att utgivningen som helhet fokuserade på en ung publik, som de inte lyckades hålla kvar medan de växte upp. Bonnier Carlsen var rädda om sitt symboliska kapital, i alla fall samtidigt som många genererade ekonomiskt kapital.¹⁰⁰ De hade sin image och prestige som barnboksförlag och kunde därmed inte ge ut många för vuxna i bokform. Vissa satsningar på koreanska serier gav inte den ekonomiska avkastning som hade önskats av förlagen och läsarna hittade inte titlar som de ville läsa på svenska.

Bokhandlar och tidningsdistributörer

I detta avsnitt förklaras och analyseras hur de två förlagen med mest mangautgivning – Bonnier Carlsen och Egmont – tänkte kring distributionskanaler. De två distributionssystem som de stora förlagen använde sig av var tidningshandlare och bokhandlar. Detta är två skilda system. Tidningshandlarna inte har något större lager, utan de har ett kommissionslager och returnerar det som inte säljer, och butiken får ersättning för de tidningar de sålt.¹⁰¹ Tidsam är Sveriges största tidningsdistributör.¹⁰² På sin hemsida har de olika lösningar för tidningsställ som man kan beställa direkt via dem.¹⁰³ Bokhandlar däremot har ett lager med böcker som finns tills de säljs, och nya böcker kommer in utöver det. Det finns större frihet att framhäva de böcker de själva vill och på sitt eget sätt.¹⁰⁴

Det var svårt för Egmont att sälja i bokhandlarna, berättar Tegebjer, och därför sålde de i tidningshandlarna, en för dem väletablerad distributionskanal som de dessutom var delägare i. Samtidigt diskuterar Tegebjer problematiken med att ha pocketböcker i tidningsställ – hur ska de få plats? Ska de stå på djupet? "Dels så var ju tidningsbutikerna

⁹⁹ Holm, intervju 26 mars 2019.

¹⁰⁰ Thompson, 2012, s. 7.

¹⁰¹ "Distribution", *Tidsam*, <https://www.tidsam.se/sv/om-tidsam/distribution/>, hämtad 24 december 2019.

¹⁰² "Om Tidsam", *Tidsam*, <https://www.tidsam.se/sv/om-tidsam/>, hämtad 24 december 2019.

¹⁰³ "Tidningsställ", *Tidsam*, <https://www.tidsam.se/sv/om-tidsam/tidningsställ/>, hämtad 24 december 2019.

¹⁰⁴ Johanna Westlund, "Drömmen om en bokhandel", *Svensk Bokhandel*, 26 oktober 2007.

<https://www.svb.se/nyheter/drommen-om-en-bokhandel>, hämtad 15 november 2019.

vårat främsta fönster", förklarar han, och fortsätter med att Bonnier Carlsen var ett bokförlag till skillnad från Egmont som hade en gedigen tidningsutgivning. Egmont sålde också manga i bokhandlarna men det var inte en etablerad distributionskälla för dem. Han förklarar att det inte var en strategi att ha manga i tidningsbutikerna, utan att det helt enkelt var deras naturliga distributionskälla. Man hade dock behövt göra ställ liknande Harlequin-böckerna för att ge manga en synligare plats och den kostnaden var Egmont inte beredd att lägga ut.¹⁰⁵ Bonnier Carlsen såg också länge manga som något som var nära besläktat med tidningar. Andreasson berättar att även de från första början såg *Dragon Ball* mer som en tidning då de släppte en i månaden, men när den sålde dåligt där gick de över till bokhandel, vilket tog fart istället då de nådde nya läsare som inte tittade i tidningsställen.¹⁰⁶ Det fanns alltså för- och nackdelar för varje förlag att sälja eller inte sälja i tidningshandlarna.

Bokhandlarna var emellertid också dåligt anpassade för att hantera stora mängder manga. Serierna var alldeles för långa.¹⁰⁷ Även Johansson har noterat detta i sin uppsats: "As time went on more and more publishers started to release manga albums, but most catered to the same demographics and was hard to publish as the Swedish publishing system was not adapted to long running albums series."¹⁰⁸ Det fanns alltså ingen självklar plats för manga att säljas och detta bidrog till problem. Förlagen behövde värna om sitt sociala kapital som de redan hade med distributörerna och var nog ovilliga att be om för mycket förändringar. Det är intressant att båda förlagen valde den väg som passade deras redan existerande företagsmodell och båda två fick det efter ett par omprövningar till att fungera någorlunda, om än med viss frustration från butikernas sida.

Lagerhållningen visade sig vara ett problem med manga, då många mangaserier hade många nummer. "Förlagen, bokhandlarna, kioskerna och biblioteken hade ingen aning om hur de skulle hantera manga", säger Strömberg. "Hade man en butik eller ett bibliotek där unga kunde få tag på manga, men saknade en viss volym mitt i en serie blev de hatade", fortsätter han.¹⁰⁹ Detta var en skillnad från gamla etablerade serier som *Lucky Luke* och *Tintin* där böckerna är fristående och det inte gör något för handlingen om en volym skulle försvinna. Andreasson förklarar dock att det inte var några problem att ha manga i bokhandlarna i början, då det lockade nya läsare.¹¹⁰ Troligtvis också för att det då kunde liknas vid att ha inne ett

¹⁰⁵ Tegebjer, intervju 29 mars 2019.

¹⁰⁶ Andreasson, intervju 11 april 2017.

¹⁰⁷ Tegebjer, intervju 29 mars 2019.

¹⁰⁸ Johansson, 2017, s. 73-75.

¹⁰⁹ Strömberg, intervju 27 april 2017.

¹¹⁰ Andreasson, intervju 6 augusti 2019.

exemplar av varje bok i till exempel långa bokserier som *Kitty* eller *Tvillingarna på Sweet Valley High*.

Översättaren Simon Lundström förklarar också att han såg att allt i distributionsledet var dåligt anpassat för manga. Alla nummer av en serie behöver vara i tryck samtidigt och distributionskostnader var baserad på per titel, inte på hur många böcker det var. Det var alltså lika dyrt att distribuera tusentals exemplar av någon bok eller ett par hundra av en manga, menar han.¹¹¹ Det blev alltså dyrt att ta in manga över huvud taget och det kan ha bidragit till att det varit svårt för de mindre bokhandlarna att ha alla nummer i lager samtidigt. Här bör man dock notera att Lundström arbetade som översättare och det är oklart hur mycket han såg av distributionsledet. Men om man utgår från att Lundströms påståenden är korrekta så innebär detta ännu en bromskloss för mangautgivningen. De dåligt anpassade distributionskanalerna är säkerligen en bidragande faktor till att mangautgivningen slutade vara intressant för förlagen när även den ekonomiska faktorn reducerats. Manga tycks ha varit något som var annorlunda för förlagen och som inte passade in i deras existerande affärsmodeller. Även om Bonnier Carlsen och Egmont båda efter många omprövningar hittade hur de skulle distribuera manga var förlagen medvetna om att de måste ha alla volymer i lager hela tiden. Andreasson poängterar detta, att det var viktigt för dem att se till att alla volymer var i lager och att det var en ständig process att se till att alla faktiskt fanns tillgängliga från förlaget.¹¹²

Det märks också en viss frustration bland fansen när det kommer till de olika platserna som erbjöd manga: "Det var väldigt begränsat utbud på manga i bokform i Sverige, och när man väl hittade något intressant så blev det mycket dyrt eller att det saknades volymer att köpa", skriver en respondent i enkätundersökningen och fyller i kring frustrationen över att det ibland saknades volymer, samt att det fanns få intressanta titlar.¹¹³ Detta kan ha bidragit till att läsarna hittade andra sätt att läsa manga på, eller att de helt enkelt aldrig nåddes och därmed aldrig läste fysisk manga. Hade manga varit mer lättillgängligt hade det säkerligen värvat fler läsare. En annan respondent skriver att "det jag ville läsa gick inte att få tag på på biblioteket eller köpa från bokhandel." Det är flera som svarat i enkätundersökningen att de inte fick tag på svensköversatt manga där de bodde, varken på biblioteken eller i fysiska bokhandlarna.¹¹⁴ De små bokhandlarna på landsbygden har efter hand försvunnit allt mer och mer till förmån för

¹¹¹ Simon Lundström, översättare, intervjuad den 2 maj 2017 av Elise Rosberg via Skype.

¹¹² Andreasson, intervju 6 augusti 2019.

¹¹³ Enkätundersökning, bilaga 2, fråga 7.

¹¹⁴ Enkätundersökning, bilaga 2, fråga 7.

internet och alternativa försäljningsplatser så som i livsmedelsbutiker.¹¹⁵ Men många nådde enligt våra efterforskningar aldrig fram till livsmedelsbutikerna och därför förlorade många en chans att bli hittad av nya läsare. På så sätt har många säkerligen haft svårt att nå ut till alla hörn av Sverige och detta har påverkat utgivningen och läsarantalet.

Det har alltså inte varit problemfritt att distribuera manga i Sverige. Från problem med formatet – hur ska de små pocketarna ens placeras i bokhyllor eller tidningsställ? – till att långa serier behöver finnas i lager i sin helhet hos butikerna konstant. De två stora mangaförlagen sålde manga via de kanaler de redan var vana vid, och det räddade förmodligen dem från extra arbete, men bokhandlarna och tidningshandlarna fick hantera problemen på egen hand. Det var säkerligen så att flera mindre bokhandlar inte hade rent fysiskt utrymme för manga när de var så långa, och att se till att ha alla nummer inne konstant har säkerligen varit ett problem för dem.

Kulturkrock

En återkommande aspekt som nämns i samtliga intervjuer är kontakten med japanska förlagen. I detta avsnitt förklaras den kulturkrock som skedde mellan de japanska förlagen och de svenska, trots en strävan mot att skapa en så smidig kontakt som möjligt. Detta avsnitt behandlar framför allt Bonnier Carlsen, då det var intervjuobjekt därifrån som gav mest insikt i utgivningsprocessen, men kommentarer från intervjuobjekt relaterade till Egmont och andra områden behandlas där möjlighet finns.

De japanska förlagen hade en isolerad seriekultur fram till 90-talet då mangautgivningen slutade vara lika ekonomiskt gynnsam som tidigare och de bestämde sig för att expandera utomlands, berättar Andreasson. De var professionella och engagerade, men de var hårda. Förhandlingar tog lång tid.¹¹⁶ Andrén bekräftar detta även för Egmonts räkning då han sa att det kunde ta upp till ett år innan man fick ett godkännande att ge ut en titel även för Egmonts räkning. "Det handlar om trovärdighet", säger Andrén.¹¹⁷ Man kan därför dra slutsatsen att de japanska förlagen är försiktiga med sitt intellektuella och symboliska kapital, även på bekostnad av ett möjligt ekonomiskt kapital. Vidare berättar Andreasson att de var tvungna att skicka varje enskild tidning eller pocket till Japan för godkännande. Allt inhemskt

¹¹⁵ Lars Schmidt, "Bokhandelsdöden breder ut sig", Svensk Bokhandel, 2010, <https://www.svb.se/nyheter/bokhandelsdoden-breder-ut-sig>, hämtad 13 augusti 2019.

¹¹⁶ Andreasson, intervju 11 april 2017.

¹¹⁷ Andrén, intervju 3 mars 2017.

redaktionellt material behövde översättas till engelska så att det kunde godkännas och sedan fick det skickas fram och tillbaka ett par gånger, berättar Andreasson. Andreasson själv tyckte det var kul, men förklarar att andra på förlaget "blev tokiga".¹¹⁸ Här kan man säkerligen argumentera att det mänskliga kapitalet kanske inte var nog för denna typ av utgivning. Holm förklarar också att även han såg att all kommunikation med de japanska förlagen måste ske på japanska, med en engelsk mellanhand. För att undvika dessa problem satsade Holms förlag Mangismo på att ge ut koreanska serier, som nämnt ovan.¹¹⁹ Sex av åtta mangarelaterade titlar på B. Wahlströms var också koreanska.¹²⁰ Det var alltså svårt för de svenska förlagen att ha kontakt med de japanska och det är något som flera intervjuobjekt säger är en anledning till att de gav upp på manga. Ingen i materialet har nämnt att en japansk person arbetade hos de svenska mangautgivarna. Kanske gjorde förlagen det svårare för sig genom att inte anlita experter på området, eller vidareutbilda befintlig personal kring japansk förlagskultur.

Ett exempel på en kulturkrock som både Bergström och Andreasson berättar om är när mangan *Tsubasa: Reservoir Chronicle* av den prestigefulla mangagruppen CLAMP skulle ges ut och en presentationsartikel skulle skrivas om den. De fick bara använda specifika stillbilder från animen och inget fick spegelvändas. Det blev dock en miss i kommunikationen som gjorde att det japanska förlaget gick bakåt i Bonnier Carlsens utgivning och granskade den svenska versionen av *Chobits*, även den författad av CLAMP, och förlaget var mycket missnöjda med vad de såg. Detta ledde till att *Tsubasa: Reservoir Chronicle* aldrig fick ges ut på svenska.¹²¹ De japanska förlagen var alltså mycket måna om sitt intellektuella kapital och de brydde sig mindre om ett ekonomiskt kapital. Samtidigt var ekonomi inte ointressant för förlagen, då de japanska förlagen gärna ville ha så stora upplagor som möjligt, berättar André.¹²² Här ser Friman att de japanska förlagen förmodligen inte såg hur marknaden var annorlunda i Sverige, där enorma upplagor inte kan sälja på samma sätt som i Japan, på grund av den markant mindre folkmängden i Sverige.¹²³ Här kan man dra slutsatsen att eftersom de japanska förlagen först på 90-talet började se sig om utomlands för en potentiell mangautgivning, som tidigare nämnt, så var de förmodligen inte vana vid svenska förlag heller. Det skedde troligen en ömsesidig kulturkrock. Eftersom Andreasson och Holm berättat att all kommunikation med de japanska förlagen skedde via engelsk tolk eller översättning är det troligt att ingen svensktalande

¹¹⁸ Andreasson, intervju 11 april 2017.

¹¹⁹ Holm, intervju 26 mars 2019.

¹²⁰ Statistik över manga- och koreanska serieutgivning i Sverige 2000-2010, bilaga 3, se länk.

¹²¹ Andreasson, intervju 2017-04-11; Bergström, intervju 28 april 2017.

¹²² André, intervju 3 mars 2017.

¹²³ Friman, intervju 24 mars 2019.

arbetade på de japanska förlagen heller.¹²⁴ Detta betyder att de japanska förlagen troligtvis hade en begränsad insikt i den svenska förlagskulturen. Med andra ord hade både de svenska förlagen och de japanska förlagen ömsesidiga förlagskulturrelaterade problem i utbytet mellan dem.

Vidare berättar Andreasson att när de endast gav ut *Dragon Ball* var det inga större problem då de höll sig nära den tyska utgåvan. Det var först när de fick egen kontakt med de japanska förlagen som problemen uppstod. Kanske borde de svenska förlagen ha översatt all manga via ett annat utländskt förlag, men det är oklart om det var en möjlig lösning och varför det inte tillämpades i praktiken. Tegebjer nämner att de olika svenska förlagen ögnade vissa titlar samtidigt och att de japanska förlagen troligtvis använde sig av rivaliteten som uppstod mellan de svenska förlagen för att förhandla fram mer förmånliga kontrakt och kunna ställa ännu högre krav än tidigare.¹²⁵ Sådana förhandlingar hade säkert varit svårt om de svenska förlagen gick via t.ex. ett tyskt förlag för att översätta och ge ut manga.

Andreasson berättar även att den svåra kontakten med de japanska förlagen var en av huvudanledningarna till att de lämnade över majoriteten av det redaktionella arbetet på Manga Media, som var ett samarbete mellan Schibsted (Full stop media) och Bonnier Carlsen. Bonnier Carlsen var kända för sina barnböcker vid denna tidpunkt, så Manga Media var ansvariga för tidningsproduktionen. Detta var säkerligen även på grund av att deras sociala kapital inte skulle bli sammankopplat med tidningar, eftersom de var kända för barnböcker.¹²⁶ Det är möjligt att Bonnier Carlsen inte kändes sig som rätt avsändare, och därav kände behovet av att etablera något som skulle kunna kallas för en imprint. En imprint betyder att förlaget publicerar under ett annat namn, för att de har ett uppdrag eller mål.¹²⁷ Oavsett så var det snarare Egmonts signum att ge ut tidningar, men trots att de funderade på att göra detta så blev det aldrig av, säger Tegebjer. De hade planer på att bygga en tidning runt deras flaggskepp *Mästerdetektiven Conan*, men detta blev aldrig av.¹²⁸ Detta tyder på att Bonnier Carlsen inte såg sig som rätt avsändare nog för att skapa en tidning, då de varken var kända för det och säkerligen skulle inkräkta på en ny marknad med nya konkurrenter om de gav sig in i tidningspublicering. Det är också möjligt att Bonnier Carlsen ville skapa en slags expertpanel på manga genom att skapa Manga Media med Fullstop media. Johan C Brandstedt var nämligen anställd på Fullstop media

¹²⁴ Andreasson, intervju 11 april 2017; Holm, intervju 26 mars 2019.

¹²⁵ Tegebjer, intervju 29 mars 2019.

¹²⁶ Andreasson, intervju 6 augusti 2019.

¹²⁷ Yen, "What is an imprint", *The Book Publicity Blog*, 14 juli 2009, <https://yodiwan.wordpress.com/2009/07/14/what-is-an-imprint/>, hämtad 10 november 2019.

¹²⁸ Tegebjer, intervju 29 mars 2019.

och frilansande för Bonnier Carlsen. Han arbetade både med tidningarna som Manga Media gav ut och Bonnier Carlsens pocketböcker.¹²⁹ Detta tyder på att Bonnier Carlsen var medvetna om att mangatidningarna och -pocketarna var nära kopplade, och att de behövde den expertis som Brandstedt gav dem då han blev bryggan. Deras mänskliga kapital var en tillgång som de var medvetna om. Detta bekräftar av Magnus Nyteell i *Svensk bokhandel* från samtiden: "Genidraget", enligt Magnus Nyteell, "var att anställa någon med kunskap om japansk kultur och manga. Det blev Anna Engström som nu håller i utgivningen."¹³⁰ Det är alltså tydligt att det mänskliga kapitalet var viktigt för Bonnier Carlsen.

För att summera var det alltså långa processer att förhandla med de japanska förlagen. Material behövde kontrolleras noga av de japanska förlagen. Många som jobbade på de svenska förlagen blev frustrerade av detta.¹³¹ Säkerligen hade de japanska förlagen också vissa problem med den svenska förlagskulturen, som i fallet med mangan *Tsubasa: Reservoir Chronicle*.¹³² Vissa förlag gav även ut koreanska serier för att komplettera eller undvika kontakten med de japanska förlagen.¹³³ I Bonnier Carlsens fall har utökandet av det mänskliga kapitalet förmodligen varit en satsning från deras sida för att få expertkunskap, som i Brandstedts fall.¹³⁴ Det var många aspekter som spelade in i den komplexa bild som bidrog till kulturkrocken mellan de svenska och japanska förlagen.

Ekonomi

Detta avsnitt går igenom aspekter av ekonomiskt kapital. Manga var nytt för förlagen och det var svårt att motivera en fortsatt utgivning när utgivningen inte tog fart så som förlagen hade velat. Många svåra beslut var tvungna att tas, och dessa presenteras och analyseras här.

Det som låg bakom Bonnier Carlsens och Egmonts beslut att ge ut manga från början var uteslutande ekonomiskt, enligt både Andreasson, redaktör på Bonnier Carlsen, och Friman, redaktör på Egmont.¹³⁵ Därmed var det även ett ekonomiskt beslut att avsluta mangautgivningen. Både Häger Jönson och Strömberg förklarar att mangautgivningen var en

¹²⁹ Brandstedt, intervju 24 april 2017.

¹³⁰ Lasse Winkler, "Manga och Kalle Anka driver säljmotorn", *Svensk Bokhandel*, 19 maj 2005
<https://www.svb.se/nyheter/manga-och-kalle-anka-driver-saljmotorn>, hämtad 12 augusti 2019.

¹³¹ Andreasson, intervju 11 april 2017.

¹³² Bergström, intervju 28 april 2017.

¹³³ Holm, intervju 26 mars 2019.

¹³⁴ Brandstedt, intervju 24 april 2017.

¹³⁵ Andreasson, intervju 11 april 2017; Friman, intervju 24 mars 2019.

kamp mellan att tjäna pengar och kulturella värden.¹³⁶ Både läsare och redaktörer ville ha en mangautgivning, enligt uppsatsens olika material. 76 procent av enkätrespondenterna läser manga idag på svenska, engelska eller annat språk.¹³⁷ En viss marknad verkar alltså finnas fortfarande i Sverige, men det är svårt att säga om det hade varit ekonomiskt gångbart – avsaknaden av förlag som regelbundet ger ut översatt manga i Sverige idag verkar visa på att det är tvivelaktigt om det är ekonomiskt genomförbart även om många aspekter förändrats sen mangautgivningen var som störst.

Det var inte helt problemfritt att ge ut manga. Förlagen gav ut som något som var nytt för dem. Andreasson berättar att Bonnier hade sålt av sin serieavdelning, Semic, till Egmont men att Bonnier-delen var större efter sammanslagningarna, och därav fanns det fler personer som var barnboksfokuserade på det slutgiltiga Bonnier Carlsen. Deras expertis låg bland böcker för barn och unga. Magnus NyteLL säger också detta i *Svensk bokhandels* artikel från 2005: "Själva förstod vi den inte. Vi gav ut manga för att det lyckats i Tyskland. Vi hade varken kompetens eller intresse. Mangan skiljer sig från barnboksutgivningen och den europeiska comics-traditionen så allt var nytt."¹³⁸ Tidigare rubriker har också kommenterat på detta – att utgivningen av manga skiljde sig åt både för Bonnier Carlsen och för Egmont, då förstnämnda fokuserade på barnböcker trots att de var med och gav ut mangatidningar, och sistnämnda gav ut böcker trots att de var kända för sina tidningar. Alltså var båda dessa förlagen inne på ett nytt område när de gav ut manga och det var säkerligen svårt att motivera en fortsatt utgivning när manga slutade vara ekonomiskt gynnsamt.

Anders Häger Jönson, frilansande konsult för Manga Media, menar att de körde på principen "först in, först ut". Han berättar att trender kommer och går och att man får anpassa sig efter vad som är på gång just i ett visst tillfälle. Han har vid flera tillfällen i sitt liv sett trender komma och gå, och att företagen hellre går vidare till nästa trend istället för att fostra det de har.¹³⁹ Även Johansson har noterat detta i sin uppsats, att förlagen var ovilliga att fortsätta att ge ut manga när den visade sig inte ge tillräckligt mycket ekonomiskt kapital, eftersom de inte riktigt förstod den.¹⁴⁰ Enligt Andreasson fanns det ingen tradition av att ge ut serier längre på Bonnier Carlsen då de sålt av sin redan minimala serieavdelning och då fanns det ingen

¹³⁶ Anders Häger Jönson, frilansande redaktör Bonnier Carlsen, intervjuad den 12 april 2017 av Elise Rosberg via telefon; Strömberg, intervju 27 april 2017.

¹³⁷ Enkätundersökning, bilaga 2, fråga 11.

¹³⁸ Lasse Winkler, "Manga och Kalle Anka driver säljmotorn", *Svensk Bokhandel*, 19 maj 2005 <https://www.svb.se/nyheter/manga-och-kalle-anka-driver-saljmotorn>, hämtad 9 augusti 2019.

¹³⁹ Häger Jönson, intervju 12 april 2017.

¹⁴⁰ Johansson, 2017, s. 76.

motivation till att hålla kvar manga när det inte var ekonomiskt gynnsamt längre.¹⁴¹ Andréén förklarar att manga utgjorde bara en liten del av Egmonts utgivning, men att den gick runt och över förväntan för det mesta. Upplagorna var dock inte så stora.¹⁴² Tegebjer, redaktör på Egmont, fortsätter med att "Egmont såg på det som en kassako. Man såg till kvantiteten i plånboken, inte kvalitén. Då behövs det kunniga redaktörer som kan bolla båda och ibland finns det redaktörer som inte förstår det viktiga i ekonomi".¹⁴³ Även Häger Jönson, frilansande konsult för Manga Mania, säger att "Sverige är ett litet land och det fanns viktigare saker att satsa på när mangautgivningen slutade vara så lönsam".¹⁴⁴ Det går därför att anta att både i Bonnier Carlsens fall (eller i alla fall Manga Media) och i Egmonts fall var det så att en liten utgivning nog är lätt att lägga ner. Speciellt om den inte visar sig vara lönsamt i längden på grund av de ekonomiska faktorerna eller andra problem med denna utgivning.

Ett förlag måste ha ekonomiska tillgångar för att kunna finansiera sin fortsatta utgivning. Ju mer ekonomiskt kapital de har desto mer kan de investera i mänskligt kapital eller förvärva nya rättigheter.¹⁴⁵ Samtidigt, eftersom manga var nytt för förlagen var det desto lättare att avsluta utgivningen när den inte mötte deras förväntningar. Förlagen gjorde som de alltid har gjort, och manga sålde helt enkelt inte så som de hade velat för att rättfärdiga en fortsatt utgivning.

Passionerade redaktörer

Flera intervjuobjekt nämner att deras förlag hade eldsjälarna som värnade om mangautgivningen. Dessa passionerade redaktörer försökte experimentera med olika slags utgivningar och införskaffa ett större intellektuellt kapital till förlagen, förmodligen för att stötta upp mangautgivningen. Samtidigt fanns det en viss kritik mot förlagens behandling av manga. Nedan presenteras dessa olika aspekter.

Bonnier Carlsen gjorde flera tappra försök att utveckla mangautgivningen – de höll i tävlingen Mangatalangen där svenska mangainspirerade tecknare kunde skicka in serier, och Brandstedt berättar att det var ett försök till att starta en egen utgivning av svensk originalmanga. Det tog dock inte fart nog för att bli en egen tidning, enligt Brandstedt.¹⁴⁶ De

¹⁴¹ Andreasson, intervju 6 augusti 2019.

¹⁴² Andréén, intervju, 3 mars 2019.

¹⁴³ Tegebjer, intervju 29 mars 2019.

¹⁴⁴ Häger Jönson, intervju 12 april 2017.

¹⁴⁵ Thompson, 2012, s. 5.

¹⁴⁶ Brandstedt, intervju 24 april 2017.

försökte alltså förvärva inhemskt intellektuellt kapital nog för att upprätta en ny slags utgivning, men första boken med vinnarna av Mangatalangen kom ut år 2006.¹⁴⁷ Detta var alltså redan i svensköversatta mangautgivningens nedgång, vilket säkerligen bidrog till att det inte startades en mangautgivning med svenska mangatecknare.¹⁴⁸ Som kontrast bestod utgivningen i Tyskland år 2005 till 20 procent av manga från tyska tecknare.¹⁴⁹ Det är därför möjligt att om en mangautgivning med svenska mangatecknare hade startat i samband med tävlingen Mangatalangen, så kanske det hade bidragit till en längre levande mangamarknad. Brandstedt säger även att de funderade på att ge ut light novels – illustrerade böcker för unga vuxna – vilket resulterade i bokserien *Stall Norrsken* som skrevs av Lena Ollmark och Noomi Hebert och innehöll mangainspirerade illustrationer av Åsa Ekström. Några översatta light novels blev det dock inte.¹⁵⁰ Det fanns alltså flera försök att utveckla mangamarknaden vidare från endast importerad japansk manga, men det går att anta att dessa försök inte lyckades i någon större utsträckning och i alla fall inte nog för att vidare motivera en fortsatt mangautgivning.

Vidare fyller Häger Jönsson även i att det var de redaktörer som var passionerade för sitt ämne som höll mangautgivningen vid liv.¹⁵¹ Även Kenneth Andréén, VD på Egmont, bekräftar detta. Andréén säger att det fanns eldsjälar inom förlaget som ville satsa på manga i början och det fanns en efterfrågan som dessa personer hade koll på.¹⁵² Peter Friman, redaktör på Egmont, säger även han att Mikael Tegebjer var eldsjälens som brann för manga hos Egmont.¹⁵³ Jesper Holm som själv drev förlaget Mangismo hade intresse för manga samt kontakter i Japan sedan tidigare, och därmed såg han goda förutsättningar för att ge ut manga i Sverige och Norden.¹⁵⁴ Det mänskliga kapitalet var alltså ett villkor för en fortsatt mangautgivning. Det fanns personer som var insatta i manga och som ville kämpa för mangautgivningen.

Strömberg har en annan syn på personerna som gav ut manga. Han säger att han såg att förlagen inte förstod sig på manga tillräckligt mycket för att kunna nå ut till rätt läsekrets. Han menar att det var skönt för förlagen att sluta med manga och gå tillbaka till det man brukar

¹⁴⁷ "Mangatalangen", *Seriesams Guide*, 2019, [https://www.seriesam.com/cgi-bin/guide?s=Mangatalangen+\(2006\)](https://www.seriesam.com/cgi-bin/guide?s=Mangatalangen+(2006)), hämtad 12 augusti 2019.

¹⁴⁸ Statistik över manga- och koreanska serieutgivning i Sverige 2000-2010, bilaga 3, fig. 15.

¹⁴⁹ Erica Matsuura, Soraia Vilela, "Japanese Manga Made In Germany", *DW*, 2006, <https://www.dw.com/en/japanese-manga-made-in-germany/a-2230500>, hämtad 12 augusti 2019.

¹⁵⁰ Brandstedt, intervju 24 april 2017.

¹⁵¹ Häger Jönsson, intervju 12 april 2017.

¹⁵² Andréén, intervju 3 mars 2019.

¹⁵³ Friman, intervju 24 mars 2019.

¹⁵⁴ Holm, intervju 26 mars 2019.

göra. Det mänskliga och intellektuella kapitalet de hade förvärvat över åren var alltså inte nog för att motivera de som tog ekonomiska beslut att fortsätta en mangautgivning om inte den gav vinst.¹⁵⁵ Detta är dock Strömbergs uppfattning i egenskap av utomstående serieforskare och han såg inte förlaget inifrån. För att jämföra Strömbergs uppfattning med läsarnas så ser man att i enkätundersökningen svarade 21 procent att förlagen inte förstod sig på kulturen kring manga, och 16 procent tyckte att de inte förstod sig på vad läsarna ville ha. Det är en relativt liten del av den totala summan enkätsvar som hade dessa konkreta problem med förlagens behandling av mangakulturen och fansen. Samtidigt var det 39 procent som ansåg att förlagen behandlade manga bra.¹⁵⁶ Det är alltså över hälften av våra enkätrespondenter som är besvikna på förlagen på ett eller annat sätt. Detta kan ha bidragit till det sjunkande intresset för svensköversatt manga. Förlagen lyckades inte behålla sitt sociala kapital, eller bygga upp det till en nivå som förvärvade tillräckligt mycket ekonomiskt kapital.

Det mest valda svaret efter att de ansåg att förlagen behandlade manga bra var 28 procent som sa att de tycker titlarna kom ut för sällan. Även om vissa var medvetna om förlagen i sig, så var det ändå en stor grupp som fokuserade på produkten och inte personerna bakom. Det går därför att argumentera att en majoritet var nöjda med mangautgivningen som helhet men framför allt tyckte att volymerna kom ut för sällan. En övervägande majoritet av enkätrespondenterna började trots allt läsa manga på engelska istället (53 procent), men det är svårt att säga om det var för att läsarna ansåg att de var av bättre kvalitet än de svenska. Kanske släpptes de engelska volymerna oftare. 38 procent fyllde i att förlagen slutade ge ut en manga de följde, vilket gjorde att de slutade läsa svensköversatt manga.¹⁵⁷ Förlagen kände till att läsarna ofta fäste sig vid en specifik serie, berättar Brandstedt.¹⁵⁸ Trots det blev 54 procent av den totala utgivningen av manga och koreanska serier i bokform eller tidningsform aldrig avslutad.¹⁵⁹ Det är dock värt att notera att vissa serier så som *One Piece* i dagsläget ännu inte är avslutade i Japan.¹⁶⁰ Serier som *I.N.V.U.* och *Nana* är dessutom på långvarig eller permanent paus i ursprungslandet.¹⁶¹

¹⁵⁵ Strömberg, intervju 27 april 2017.

¹⁵⁶ Enkätundersökning, bilaga 2, fråga 8.

¹⁵⁷ Enkätundersökning, bilaga 2, fråga 6.

¹⁵⁸ Brandstedt, intervju 24 april 2017.

¹⁵⁹ Statistik över manga- och koreanska serieutgivning i Sverige 2000-2010, bilaga 3, fig. 17.

¹⁶⁰ Megan Peters, "One Piece' Creator Reassures Fans About Series' Ending", *Comicbook.com*, 2019 <https://comicbook.com/anime/2019/01/09/one-piece-manga-ending-100-volumes-rumor-debunk/>, hämtad 19 augusti 2019.

¹⁶¹ "I.N.V.U.", *Manga Updates*, <https://www.mangaupdates.com/series.html?id=5334> hämtad 2019-08-11; "Nana Manga Review", *My Manga Books*, <https://mymangabooks.com/manga-reviews-nana-hiatus/>, hämtad 11 augusti 2019.

Det var framför allt vissa eldsjälur som kämpade för mangautgivningen, och det var dessa som höll utgivningen vid liv. Bonnier Carlsen försökte även starta upp en bredare utgivning och försökte med både svensk originalmanga och böcker med mangailustrationer. Ändå fanns det en del kritik mot förlagens hantering av mangautgivningen, även om en majoritet var fokuserade på att följa specifika titlar och inte en hel utgivning. Mangaläsarna ville ha sina favorittitlar snabbt, och förlagen lyckades inte fånga deras intresse nog för att se till att de inte gick över till den engelska utgivningen.

Scanlations

Ett ord som nämns i de flesta av intervjuerna och många gånger även i läsarenkäten är scanlations, eller "scanned translations" – med andra ord skannad och fanöversatt manga upplagd illegalt på internet. Flesta scanlationsidor har lags ner över de senaste åren och personerna bakom har fått rättsliga konsekvenser. Manga Rock är ett västerländskt exempel på en sida som numera endast har lagt upp manga de har rättigheterna till.¹⁶² En japansk version var Mangamura, som togs ner av japanska myndigheter.¹⁶³ Sedan den svensköversatta mangautgivningen var som störst har scanlations alltså visat sig vara ett problem även för förlag globalt. Även manga översatt till engelska i bokform verkar ha påverkat den svenska utgivningen negativt. Detta avsnitt går igenom vilka effekter uppsatsens material har visat att det gav på den svensköversatta mangautgivningen.

I Sverige lär barn sig engelska i skolan från en tidig ålder. TV och radio sänder många program på engelska och med internets genombrott har många vant sig vid att ta del av information och nya sätt att konsumera media på just på engelska. Att folket är tillräckligt bra på engelska för att läsa böcker har gjort det svårare för översättningar att gå runt.¹⁶⁴ Holm ger *Star Wars*-böckerna som ett exempel. Det gick helt enkelt inte att hålla takten med den engelska utgivningen. Fans är entusiastiska och får tag på böckerna innan översättningen hinner komma ut.¹⁶⁵ Samtidigt är engelska det språket som översätts mest till svenska, även under den så

¹⁶² Alex Mateo, "manga piracy site manga rock to shut down", *Anime News Network*, 2 september 2019. <https://www.animenewsnetwork.com/news/2019-09-02/manga-piracy-site-manga-rock-to-shut-down/.150656>, hämtad 10 november 2019.

¹⁶³ Rafael Antonio Pineda, "Mangamura pirate manga site becomes inaccessible", *Anime News Network*, 18 april 2018. <https://www.animenewsnetwork.com/news/2018-04-18/mangamura-pirate-manga-site-becomes-inaccessible/.130535>, hämtad 10 november 2019.

¹⁶⁴ Andreasson, intervju 11 april 2017.

¹⁶⁵ Holm, intervju 26 mars 2019.

kallade mangaboomen.¹⁶⁶ Det måste alltså ha funnits någon ytterligare anledning till att så många svenska manga läsare gick över till att läsa manga på engelska – hela 53 procent uppger att de började läsa på engelska istället. Detta är trots att 77 procent angav att deras första manga var på svenska och hela 94 procent säger att de började läsa manga i bokform och inte som scanlation.¹⁶⁷ Det sistnämnda är säkerligen direkt relaterat till det ännu ej fullt utspridda och regelbundna användandet av datorer och internet i början av 2000-talet. Om dessa läsare började med att läsa manga i bokform runt 2000-2006 då mangautgivningen gick uppåt som mest, så betyder det att vid 2006 och framåt när utgivningen sjönk så gick de troligen över till scanlations.¹⁶⁸ 46 procent säger att de gick över till att läsa scanlations och därför slutade läsa manga på svenska i bokform. 38 procent säger att de slutade läsa svensköversatt manga för att en serie de gillade slutade översättas. Det är möjligt att dessa gick över till att läsa fortsättningen på engelska eller som scanlations när seien de gillade slutade komma ut på svenska. Möjligtvis kan de då ha hittat fler scanlations och fortsatt med detta billigare alternativ istället för att köpa svensköversatt manga, då övergången till scanlations var angivet som en anledning till att de slutade med att läsa svensköversatt manga.

Från intervjuerna är det delade meningar om huruvida den engelska utgivningen och scanlations på internet var med och orsakade de sjunkande försäljningssiffrorna. Holm talar positivt om det och säger att scanlations "is basically just a sign of a healthy market because it's a sign of a great influence and I don't think that's really a problem. It's something which just boosts the interest".¹⁶⁹ Andrén tror inte heller att manga på engelska spelade någon större roll. Han menar att den stora massan köpte mangan för att den var just på svenska och bara de som var inbitna fans letade sig vidare till andra källor.¹⁷⁰ Även om Holm och Andrén inte ansåg scanlations vara ett problem kan det konstateras att scanlations spreds även på Bonnier Carlsens egen samlingsplats för mangafans, bcmanga.se, då Brandstedt minns att han sett länkar till scanlations där.¹⁷¹ Det är intressant att konsumenterna länkade till illegalt upplagda manga på en communitysida som ägdes av de som gav ut officiella utgåvor av manga. Konvergenskulturen gör sig känd här, då läsarna själva försökte hjälpa andra läsare via en officiell plattform av ett legitimt förlag att hitta inofficiella fanöversatta versioner av manga de läste.

¹⁶⁶ Läsarnas marknad, marknadens läsare (SOU 2012:10) : – en forskningsantologi, s. 342.

¹⁶⁷ Enkätundersökning, bilaga 2, fråga 4, fig 4b, fråga 5, fig. 5.

¹⁶⁸ Statistik över manga- och koreanska serieutgivning i Sverige 2000-2010, bilaga 3, fig 15-16.

¹⁶⁹ Holm, intervju 26 mars 2019.

¹⁷⁰ Andrén, intervju 3 mars 2017.

¹⁷¹ Brandstedt, intervju 24 april 2017.

Strömberg och Lundström uttryckte sig mer säkert kring att det var scanlations som dödade försäljningen.¹⁷² Det är intressant att dessa två som var serieforskare respektive översättare har uppfattningen att scanlations spelade större roll än vad redaktörerna uppfattat. Kanske såg de mangautgivningen mer ur ett mangafans perspektiv, då enkätrespondenterna i stor utsträckning angivit att de gick över till scanlations. Även Johansson ser detta återkommande i sin undersökning.¹⁷³ Här spelar konvergenskulturen som Jenkins pratar om in, speciellt när han resonerar om att gamla medier aldrig dör. Folk slutade inte läsa manga – formen som manga läses i har bara förändrats. Det är många som producerar scanlations som påstår att scanlations bidrar till ett mer varierat utbud.¹⁷⁴ Och icke-varierat utbud av svensköversatt manga är precis vad flera av våra intervjuobjekt har kommenterat på.¹⁷⁵

Jenkins säger att i jämförelse med gårdagens konsumenter är dagens illojala mot företagen, sammankopplade socialt och högljudda.¹⁷⁶ Är det då illojalitet bland läsarna som är den yttersta boven? 38 procent svarade i enkäten att de slutade läsa på svenska för att mangan de följde slutade ges ut.¹⁷⁷ 53 procent av alla manga och koreanska serier som släpptes på svenska avslutades aldrig.¹⁷⁸ Även Bergström kommenterar på att fansen kände sig svikna när serier lades ner. Förlagen förlorade alltså läsarnas förtroende. Scanlations såg en explosion i lättillgänglighet 2006-2007 då även mangautgivningen i USA toppade men det är oklart hur stor påverkan fanöversättningarna hade på nedgången i försäljning som följde.¹⁷⁹

För att summera detta avsnitt är det alltså så att de flesta av enkätrespondenterna började läsa manga i svensköversatt bokform men nästan hälften angav att de senare övergav svensköversatt manga och gick över till scanlations eller engelsköversatt manga. Det finns även delade åsikter av intervjuobjekten, då redaktörerna säger att det inte spelade roll men de som inte var anställda på ett förlag sa att scanlations absolut bidrog till nedsatt försäljning. Det är svårt att säga exakt hur mycket scanlations bidrog till den nedgång i försäljning som manga såg under år 2006-2010, men en viss påverkan verkar det ha haft då så pass många av våra enkätrespondenter angav att de övergav svensk manga till förmån för scanlations.

¹⁷² Strömberg, intervju 27 april 2017, Lundström, Simon, intervju 2 maj 2017.

¹⁷³ Johansson, 2017, s. 53.

¹⁷⁴ Cecilia D'Anastasio, "Meet The Scanlators", *Vice*, 2015, https://www.vice.com/en_us/article/4x3pwm/meet-the-scanlators, hämtad 12 augusti 2019.

¹⁷⁵ Strömberg, intervju 2017-04-27; Bergström, intervju 27 april 2017.

¹⁷⁶ Jenkins, 2012, s. 28-29.

¹⁷⁷ Enkätundersökning, bilaga 2, fråga 6.

¹⁷⁸ Statistik över manga- och koreanska serieutgivning i Sverige 2000-2010, bilaga 3, fig. 17.

¹⁷⁹ D'Anastasio, 2015, https://www.vice.com/en_us/article/4x3pwm/meet-the-scanlators, hämtad 12 augusti 2019.

Engagerade läsare

Detta avsnitt handlar om de passionerade fans som många gånger framkommer i intervjuerna. Att enkätundersökningen dessutom under endast en månads tid genererade 590 svar när den endast var spridd via Facebook tyder också på att många även idag minns den svenska mangautgivningen tydligt.¹⁸⁰ Tyska Carlsen sa redan från början till de på Bonnier Carlsen att väldigt entusiastiska fans kommer höra av sig och det är bra att hålla kontakten med dem och hålla dem nöjda.¹⁸¹ Andreasson berättar om hur de snabbt fick mycket fanmail och teckningar, något som inte hände med barnböcker.¹⁸² I slutet av t.ex. första volymen av *D.N.Angel* uppmanar Bonnier Carlsen läsarna att skicka in brev och teckningar, och från volym två till och med volym nio avslutas volymerna med läsarbrev, svar på frågor och teckningar.¹⁸³ Från och med volym fyra hade de också ett segment som kallades "Hej Mangaläsare!" där en läsare fick presentera sig själv. De uppmanade alltså sina läsare att skapa och interagera. De började bygga upp en deltagarkultur och genom den ett socialt kapital med sina läsare.¹⁸⁴ De hade även mycket kontakt med läsarna genom tidningen *Manga Mania* som också tryckte läsarteckningar och lottade ut priser bland de som skickade in sina åsikter om mangorna som gick i tidningen. Tidningens första nummer kom även med en lista på hemsidor där läsarna kunde söka mer information och diskutera i forum.¹⁸⁵ De öppnade alltså upp för läsarna att ta kontakt med varandra och söka mer information och delta kreativt med tecknande och fanfiction. Olika former av media spriddes mellan konsumenterna och de är i högsta grad aktiva, allt enligt den nya konvergenskulturen.¹⁸⁶

Bonnier Carlsen hade även mycket kontakt med läsarna via deras plattform bcmanga.se. Detta var ett bra ställe för Bonnier Carlsen att förvärva symboliskt kapital. Det var säkerligen även ett sätt för dem att generera en buzz kring deras serier.¹⁸⁷ Det förstår man genom att titta på hur de placerat "våra serier" som en av flikarna precis bredvid "inloggad", säkerligen strategiskt för att visa på att Bonnier Carlsen var det främsta förlaget för manga, eller i alla fall

¹⁸⁰ Enkätundersökning, bilaga 2, se länk.

¹⁸¹ Andreasson, intervju 6 augusti 2019.

¹⁸² Andreasson, intervju 6 augusti 2019.

¹⁸³ Yukiru Sugisaki, *D.N.Angel* vol 1, Stockholm, Bonnier Carlsen, 2003, s. 178.

¹⁸⁴ Jenkins, 2012, s. 15.

¹⁸⁵ *Manga Mania* nr. 2, 2003, s. 4, 14-15, *Manga Mania* nr 1, 2003, s. 10-11.

¹⁸⁶ Jenkins, 2012, s. 28.

¹⁸⁷ Helgason, Kärrholm och Steiner (red.), 2014, s. 16.

för att framhäva deras serier över andras.¹⁸⁸ Egmonts kontakt med läsarna var desto mindre, enligt Tegebjer.¹⁸⁹ De hade inte heller en dedikerad mangaredaktion så som Bonnier Carlsen hade.¹⁹⁰ Holm på Mangismo ansåg att han hade bra kontakt med sina fans och att de var väldigt entusiastiska.¹⁹¹ Samtidigt hade Holm ett medelhögt socialt kapital, men ett lågt intellektuellt och ekonomiskt kapital. Ett socialt kapital räcker alltså inte ensamt för att få igång en utgivning, vilket går hand i hand med vad Thompson menar om att ekonomiskt kapital ändå är enormt viktigt för att förlag ska kunna förvärva de andra kapitalen.¹⁹²

Andreasson nämner att det var mycket word-of-mouth som hjälpte hela mangavågen då förlaget inte gjorde någon speciell satsning på marknadsföring i övrigt.¹⁹³ Steiner pratar även om att word-of-mouth är den starkaste och mest övertygande marknadsföringen inom bokindustrin.¹⁹⁴ I läsarundersökningen svarade 53 procent att en vän introducerade dem till manga. Steiner förklarar det som att läsare skapar en buzz medan förlagen skapar en hype.¹⁹⁵ Det var alltså snarare en buzz än en hype när det kommer till manga som fenomen. Eftersom förlagen inte aktivt försökte att skapa en hype utöver att ge ut mer manga, i ett försök att skapa en ny bästsäljare, var det säkerligen främst buzzen som fansen skapade som bidrog till att manga blev så stort. Detta gällde framför allt i Egmont och Mangismo fall, men Bonnier Carlsen försökte även stödja sin mangautgivning genom att ha sin communityhemsida. De försökte skapa en gemenskap, snarare än en hype. Det verkar som att de förstod att buzzen räckte, och att den sociala aspekten snarare var viktig för mangafans, så som tyska Carlsen redan förklarat för dem.

Det fanns alltså en hel del engagerade fans bland mangaläsarna. Läsarna skickade brev och teckningar och engagerade sig med sina favoritserier i både mangapocketarna och -tidningarna. Bonnier Carlsen höll även kontakt med sina fans via till exempel hemsidan bcmanga.se. Hos Egmont och Mangismo fanns det mindre engagemang med fansen. Det var också ofta ofta fans som rekommenderade nya manga till andra fans och detta var något som Bonnier Carlsen framför allt visste om och ville värna om.

¹⁸⁸ "Bcmanga.se", arkiverad version från *Wayback machine*, <https://web.archive.org/web/20090206232715/http://www.bcmanga.se/>, hämtad 12 augusti 2019.

¹⁸⁹ Tegebjer, intervju 29 mars 2019.

¹⁹⁰ Tegebjer, intervju 29 mars 2019.

¹⁹¹ Holm, intervju 26 mars 2019.

¹⁹² Thompson, 2012, s. 5.

¹⁹³ Andreasson, intervju 6 augusti 2019.

¹⁹⁴ Helgason, Kärholm och Steiner (red.), 2014, s. 60-61.

¹⁹⁵ Helgason, Kärholm och Steiner (red.), 2014, s. 60.

Sammanfattning

Syftet med denna uppsats var att undersöka mangautgivningen i Sverige mellan åren 2000-2010. I uppsatsen har olika faktorer undersökts utifrån de tre material som samlades in – intervjuer med nyckelpersoner, enkätundersökning bland läsare och statistik över mangautgivningen under den undersökta perioden. Den teori som applicerats mest på materialet är Thompsons kapitalteorier, men även boken *Hype - Bestsellers and Literary Cultures* teorier kring buzz och bästsäljare används. Konvergenskulturen av Jenkins är också en nyttjad teori. Med hjälp av teorierna har materialet analyserats och delats in i tematiska avsnitt. Dessa teman är kring ifall det var en *Dragon ball*-boom eller en mangaboom, överutgivningen som skedde, valet av mangatitlar, bokhandlar och tidningsdistributörernas olika problem, kulturkrocken mellan de svenska och japanska förlagen, ekonomiska aspekter, passionerade redaktörer, scanlations och engagerade mangaläsare.

Den första frågeställningen var "Vilka huvudfaktorer bidrog till uppgången och nedgången av svensköversatt manga på marknaden?". Det är en komplex fråga med många olika svar. Anledningen till att manga började ges ut i Sverige alls var för att tyska Carlsen rekommenderade *Dragon Ball* till Bonnier Carlsen.¹⁹⁶ *Dragon Ball* gick inte särskilt bra i början, men efter att ha bytt säljplattform från tidningsdistributörerna till bokhandel, som Bonnier Carlsen dessutom hade mer erfarenhet kring, tog försäljningen fart. Efter samtliga 42 volymer släppts visste Bonnier Carlsen att de hade en bästsäljare och i syfte att hitta en ny bästsäljare gav de ut allt fler mangatitlar.¹⁹⁷ Samtidigt såg Egmont *Dragon Balls* framgång och startade också en mangautgivning.¹⁹⁸ Även Mangismo och B. Wahlströms började ge ut manga.¹⁹⁹ Det blev snabbt en mättad marknad med för många titlar från för många förlag.²⁰⁰ Samtidigt kom förlagen underfund med att det var svårt att kommunicera med de japanska förlagen. Det var också svårt att veta hur manga skulle platsa in i distributionssystemen i både bokhandlar och tidningshandeln som mest var anpassade för böcker eller tidningar och även om pocketböcker såldes i dessa var butikerna i princip tvungna att ha alla nummer av en mangaserie inne samtidigt, annars blev läsarna frustrerade.²⁰¹ Samtidigt kände många av läsarna att fel titlar gavs ut och för långsamt och började söka sig till illegala scanlations på

¹⁹⁶ Andreasson, intervju 2019-08-06.

¹⁹⁷ Andreasson, intervju 2019-08-06.

¹⁹⁸ Friman, intervju 2019-03-24.

¹⁹⁹ Statistik över manga- och koreanska serieutgivning i Sverige 2000-2010, bilaga 3, fig. 20.

²⁰⁰ Strömberg, intervju 2017-04-27.

²⁰¹ Andreasson, intervju 2019-08-06; Lundström, intervju 2017-05-02.

nätet.²⁰² Förlagen lyckades inte skapa en ny bästsäljare som *Dragon Ball* trots många tappra försök, och även om manga aldrig gick ekonomiskt minus var upplagorna små. De gick inte längre med tillräckligt stor vinst och förlagen lade ner sin mangautgivning.²⁰³

"Vad var förlagens respektive mangaläsarnas roll i mangaboomens fall?" var den andra frågeställningen. Överutgivningen som blev när alla fyra förlagen gav ut manga samtidigt gjorde att läsarna fick välja mer kring var de ville lägga sina pengar.²⁰⁴ Läsarna var konsumenter av manga och de var ovanligt engagerade. Bonnier Carlsen uppmuntrade till deltagarkultur genom att bland annat ha tävlingar eller skapa communitysidan bcmanga.se.²⁰⁵ Det mänskliga kapitalet var också av stor vikt då passionerade redaktörer bidrog till flera olika satsningar för att låta manga växa.²⁰⁶ Trots dessa satsningar gick mangautgivningen ekonomiskt sämre då färre och färre läsare köpte manga på svenska till förmån för den engelska utgivningen eller scanlations. Läsarna hade sina favoritserier som de gärna följde och de blev sura när deras favoritserie lades ner och emigrerade då till internet eller den engelska utgivningen, där de kom till att stanna.²⁰⁷

Avslutande diskussion

Detta avsnitt analyserar några slutsatser ur undersökningen. I frågan om huruvida det var en *Dragon Ball*-boom eller en mangaboom, svarar serieforskaren Fredrik Strömberg och Bonnier Carlsens redaktör Johan Andreasson att det var en *Dragon Ball*-boom.²⁰⁸ Allt material pekar på samma sak. Men var det en "hype"? Om *Dragon Ball* framhövdes i allmän media i Sverige är svårt att ta reda på i efterhand då detta handlar om en tid då inte alla nyheter lades upp på internet och en sökning på Google efter *Dragon Ball*-nyhetsartiklar på svenska ger nästan uteslutande bara resultat från den serienyhetsfokuserade tidningen *Bild & Bubbla* och Bonnier Carlsens egen hemsida.²⁰⁹ Dock har det kommit ut en faktabok om *Dragon Ball* vid titeln *Dragon Ball: Den stora boken* och två instruktionsböcker i hur man tecknar som Toriyama,

²⁰² Brandstedt, intervju 2017-04-24.

²⁰³ Andreasson, intervju 2019-08-06.

²⁰⁴ Enkätundersökning, bilaga 2, fråga 6.

²⁰⁵ Brandstedt, intervju 2017-04-24; Strömberg, intervju 2017-04-27.

²⁰⁶ Friman, intervju 2019-03-24.

²⁰⁷ Enkätundersökning, bilaga 2, fråga 6.

²⁰⁸ Strömberg, intervju 27 april 2017; Andreasson, Johan, intervju 6 augusti 2019.

²⁰⁹ Vid sökning på www.google.com med sökorden "Dragon Ball Akira Toriyama intervju svenska".

och dessutom har stillbilder från animen blivit till pocketformatsserier i färg.²¹⁰ I viss utsträckning har alltså förlaget arbetat för att värna om intresset kring *Dragon Ball*. Men det var alltså ingen större "hype" från förlagens sida. Det enda som kanske kan definieras som en hype är att många förlag började ge ut manga – totalt var de fyra förlag som tillsammans gav ut 18 nya titlar under år 2005.²¹¹ *Hype: Bestsellers and Literary Culture* diskuterar dock endast textböcker, och seriekulturen i Sverige ser annorlunda ut från bokvärlden då serier traditionellt anses vara kommersiell skräpkultur. Under 1950- och upp till 70-talet pågick otaliga debatter efter larm om att serier skulle vara fördärliga för unga. Serier ansågs vara fördummande och förbjöds många gånger i skolor.²¹² Att skapa en bestående bästsäljare i serieformat som ska finnas i nytryck kontinuerligt är alltså svårt. Det är inte konstigt att förlagen inte lyckades skapa en ny bästsäljande manga.

De paket med manga som påtvingades de svenska förlagen bidrog inte bara till överutgivningen utan även till att serier som förlagen inte själva kunnat välja kom ut på marknaden. När förlagen bryter ny mark med ett annorlunda koncept som manga hade de behövt ha full kontroll på vad som kom ut på marknaden för att kunna arbeta med mediet långsiktigt. De japanska förlagen verkade dock ha liten förståelse för vad en så mycket mindre och oerfaren mangamarknad som den svenska behövde för att gå runt och växa. Samtidigt som manga förvärvade mindre ekonomiskt kapital började därför även förlagen i Sverige att ge upp på mangautgivningen.²¹³ "Företagen har rätt att hålla på upphovsrätten men det ligger i deras eget intresse att vara flexibla.", skriver Jenkins.²¹⁴ Det som händer när ett förlag inte är flexibelt i en konvergenskultur är tydligt i och med situationen kring manga i Sverige: de svenska förlagen ser kontakten med de japanska förlagen som ett hinder. Både de svenska och de japanska förlagen gick inte över till att själva släppa manga i digital form. Fansen blir då drabbade och går över till en engelsk utgivning eller scanlations.

Johansson kommenterar också på att eftersom förlagen fortsatte att ge ut för barn, och svensköversatt manga började associeras mer med barn, drev det läsarna till att hitta manga online istället.²¹⁵ "Konvergensbegreppet omfattar både förändringar i hur medier produceras

²¹⁰ Fredrik Strömberg, "Manga så in i Norden", *Bild och Bubbla*, 2005 <http://bildobubbla.se/2005/05/manga-sa-in-i-norden/>, hämtad 04 augusti 2019.

²¹¹ Statistik över manga- och koreanska serieutgivning i Sverige 2000-2010, bilaga 3, fig. 16.

²¹² Ira Mallik, "Tecknade serier ska vända läskrisen", *SVT Nyheter*, 6 maj 2015.

<https://www.svt.se/kultur/bok/tecknade-serier-ska-vanda-laskrisen> hämtad 4 augusti 2019.

²¹³ Andreasson, intervju 6 augusti 2019.

²¹⁴ Jenkins, 2012, s. 167.

²¹⁵ Johansson, 2017, s. 76.

och hur de konsumeras", skriver Jenkins.²¹⁶ Sverige är i rörligt stadie där nya sätt att konsumera media utvecklas och de som producerar dem måste hänga med. Scanlations var kanske en indikation på att marknaden var mogen för en mer digital utgivning och de japanska förlagen var inte beredda på en sådan förändring.²¹⁷ Vidare fortsätter han med att "konvergens är, som vi kan se, både en från ovan bolagsstyrd process och en av konsumenter underifrån styrd process".²¹⁸ Det finns alltså en drivande process underifrån, från konsumenterna (alltså läsarna), att få manga översatt snabbare och digitalt. Idag ger Shueisha själva ut det senaste kapitlet av *One Piece* samtidigt över större delen av världen, digitalt.²¹⁹

Det borde kanske ha kommit digital manga tidigare, så att scanlations inte behövde ta över en så stor del av marknaden. Brandstedt säger dock att de japanska förlagen var inte mogna för det.²²⁰

Det har blivit tydligt i denna uppsats att det var ett nätverk av händelser som påverkade mangautgivningen och speciellt i slutet av den. Utöver de faktorer som denna uppsats har hittat som orsak till mangautgivningens kraftiga minskande finns det även ett antal onämnda faktorer som har observerats i materialet. Det är sådant som rollen som anime på TV:s hade eller den extra satsning på tjejfokuserad manga som gjordes. Dessa faktorer fanns det för få belegg för att påvisa i vilken utsträckning de var bidragande faktorer till mangaboomens fall och berörs därför inte i denna uppsats.

Denna uppsats har också ett fokus på intervjuobjekten och deras svar. Intervjuobjekten gav mer utförliga svar och det var möjligt att ställa följdfrågor på ett rörligt sätt. Det är även Andreasson som står för det mesta av materialet. Det är för att två intervjuer utfördes med honom, varav en var efter att uppsatsen redan börjat skrivas på. Det mest idealiska hade varit att intervjua samtliga intervjuobjekt igen i uppsatsens sista skede och jämföra dessa nya slutsatser. Bonnier Carlsen var också extra framträdande, men det är framför allt för att de gav ut mest manga och att de hade mest aktivitet utanför mangautgivningen i sig, så som bcmanga.se eller involverade läsare. Materialet gav dock en enhetlig bild då samtliga intervjuobjekt höll med om inverkan till största delen, om än somliga var mer kritiska mot vissa faktorer än andra. Enkätundersökningen gav ett enormt material som kunde

²¹⁶ Jenkins, 2012, s. 27.

²¹⁷ Andreasson, intervju 6 augusti 2019.

²¹⁸ Jenkins, 2012, s. 28.

²¹⁹ James Whitbrook, "Shueisha is Making a Huge Push Towards Accessible, Official Digital Manga", *Gizmodo*, 28 januari 2019, <https://io9.gizmodo.com/shueisha-is-making-a-huge-push-toward-accessible-offic-1832123493>, hämtad 15 augusti 2019.

²²⁰ Brandstedt, intervju 24 april 2017.

studerats närmare, men som gav ett gynnsamt underlag för att stötta upp argument från intervjuobjekten med ett läsarperspektiv. Den insamlade statistiken kompletterade de andra materialen och bidrog med rena fakta kring mangautgivningen. Sekundärkällorna har varit många och varierade då det var brist på källor som gav mycket information från en och samma källa. I vissa fall har det varit oundvikligt att använda källor som lätt kan ändras av olika användare på hemsidan, men dessa har i sådana fall dubbelkollats mot andra källor.

En del nyckelpersoner har uteblivit från denna uppsats. Varje intervjuobjekt tillfrågades om rekommendationer på fler personer att intervjua och vid flera tillfällen nämndes Peter Sparring, före detta utgivningsansvarig för manga på Egmont och nuvarande förlagschef på serieförlaget Cobolt, som en mycket relevant person. Sparring svarade via mail att han dock inte hade tid att ställa upp på en närmare intervju. Lina Jauhiainen, före detta redaktör för manga på B. Wahlströms, tillfrågades också om att intervjua, men mailkorrespondensen resulterade inte i någon intervju då Jauhiainens svar uteblev. Ytterligare forskning som skulle vara gynnsam för ämnesområdet är intervjuer med de nyckelpersoner som denna uppsats inte nådde. En intervju med personer på de japanska förlagen och nyckelpersonerna där hade också varit önskvärt. Det hade också varit intressant att se en djupdykning inom vad en boom innebär, och en jämförelse mellan de olika "boomarna", så som deckarboomen och mangaboomen, som ägde rum ungefär samtidigt.²²¹

²²¹ Karl Berglund, "Deckarboomen under lupp", 2012, *Litteraturvetenskapliga institutionen på Uppsala universitet*, s. 23.

Käll- och litteraturförteckning

Primära källor

Intervjuer

Brandstedt, Johan C, redaktör Bonnier Carlsen, intervjuad den 24 april 2017 av Elise Rosberg via Skype.

Andreasson, Johan, redaktör Bonnier Carlsen, intervjuad 11 april 2017 och 6 augusti 2019 av Elise Rosberg via telefon.

Häger Jönson, Anders, frilansande redaktör Bonnier Carlsen, intervjuad den 12 april 2017 av Elise Rosberg via telefon.

Andrén, Kenneth, VD Egmont, intervjuad 3 mars 2019 av Elise Rosberg via telefon.

Tegebjer, Mikael, redaktör Egmont, intervjuad den 29 mars 2019 av Elise Rosberg via telefon.

Friman, Peter, redaktör Egmont, intervjuad 24 mars 2019 av Elise Rosberg via telefon.

Holm, Jesper, förlagschef Mangismo, intervjuad den 26 mars 2019 av Elise Rosberg via telefon.

Lundström, Simon, översättare, intervjuad den 2 maj 2017 av Elise Rosberg via Skype.

Bergström, My, översättare, intervjuad den 28 april 2017 av Elise Rosberg via Skype.

Strömberg, Fredrik, serieforskare, intervjuad den 27 april 2017 av Elise Rosberg, på Serieskolan, Mazettihuset, Malmö.

Intervjuer med samtliga personer finns inspelade och i uppsatsförfattarnas förvar.

Övrigt

Statistik över manga- och koreanska serieutgivning i Sverige 2000-2010:

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1oEnG31SW7tTURagnUBNikxf9scagGmlhKutMS0FwGHg/edit?usp=sharing>

Enkätundersökning Svenska mangaläsare, aktiva år 2000-2010: https://docs.google.com/spreadsheets/d/1ideOeOzl5z1hXO2qn0CayuCRI_DqsZnHTrtFL4sqwEU/edit?usp=sharing

https://docs.google.com/spreadsheets/d/1ideOeOzl5z1hXO2qn0CayuCRI_DqsZnHTrtFL4sqwEU/edit?usp=sharing

Tryckta sekundära källor

- Aoyama, Gosho, *Mästerdetektiven Conan 63*, Malmö, Egmont Kärnan, 2010.
- Bif nummer 4 2016 (Bok och bibliotekstidning) – artikel om mangaboomens fall.
- Brienza, Casey, *Manga in America: Transnational Book Publishing and the Domestication of Japanese Comics*, London, Bloomsbury Academic, 2016.
- Helgason, Jon, Kärrholm, Sara och Steiner, Ann, *Hype: Bestsellers and Literary Culture*, Lund, Nordic Academic Press, 2014.
- Jenkins, Henry, *Konvergenskulturen*, Göteborg, Daidalos, 2012.
- Larsson, Lisbeth, Steiner, Ann och Isaksson, Malin, *Litteraturens nätverk*, Lund, Studentlitteratur, 2012.
- Läsarnas marknad, marknadens läsare (SOU 2012:10) : – en forskningsantologi.
- Manga Mania* nummer 1 (2003), Full Stop Media AB.
- Manga Mania* nummer 2 (2003), Full Stop Media AB.
- Oda, Eiichiro, *One Piece 66: Vägen som leder till solen*, Stockholm, Bonnier Carlsen, 2013.
- Strömberg, Fredrik, *Manga!: japanska serier och skaparglädje*, Stockholm, Seriefrämjander, 2007.
- Strömberg, Fredrik, *Mangabiblioteket: introduktion till den asiatiska seriekulturen*, Lund, BTJ Förlag, 2008.
- Thompson, John B., *Merchants of Culture: The publishing business in the twenty-first century*, New York, Plume, 2012.
- Toriyama, Akira, *Drakulornas hemlighet*, Stockholm, Bonnier Carlsen, 2000.

Digitala sekundära källor

- "2003-2016 US Manga Print Sales Statistics", *Animetics*, <https://animetics.net/us-manga-print-sales-statistics/>, hämtad 21 mars 2019.
- Adlibris, <https://www.adlibris.com/se>, hämtad 10 december 2019.
- Adlibris, sökning på Dragon Ball, https://www.adlibris.com/se/sok?q=dragon+ball&filter=grouped_language_sv:svenska, hämtad 4 augusti 2019.
- "Alfabetisk lista över manga publicerad i Sverige", *Seriefrämjandet*, https://seriewikin.serieframjandet.se/index.php/Alfabetisk_lista_%C3%B6ver_manga_publicerad_i_Sverige, hämtad 28 november 2019.
- Alverson, Brigid, "Manga 2013: A Smaller, More Sustainable Market", *Publishers Weekly*, 5

- april 2013. <https://www.publishersweekly.com/pw/by-topic/industry-news/comics/article/56693-manga-2013-a-smaller-more-sustainable-market.html>, hämtad 15 augusti 2019.
- Amazon, sökning på *Dragon Ball* på japanska, <https://www.amazon.co.jp>, hämtad 04 augusti 2019.
- "Anime", *Nationalencyklopedin*, <https://www-ne-se.ludwig.lub.lu.se/uppslagsverk/encyklopedi/l%C3%A5ng/anime>, hämtad 7 maj 2019.
- bcmanga.se, arkiverad version från *Wayback Machine*, <https://web.archive.org/web/20090206232715/http://www.bcmanga.se/>, hämtad 12 augusti 2019.
- "bcmanga.se", *Seriewikin*, 28 februari 2011, https://seriewikin.serieframjandet.se/index.php/BC_Manga, hämtad 8 maj 2019.
- Berglund, Karl "Deckarboomen under lupp", *Litteraturvetenskapliga institutionen på Uppsala universitet*, 2012, <http://uu.diva-portal.org/smash/get/diva2:569979/FULLTEXT01.pdf>, hämtad 27 december 2019.
- Berlatsky, Noah, *The Ethics of Scanlation*, Center for Digital Ethics and Policy, 1 februari 2013, <https://www.digitaletics.org/essays/ethics-scanlation>, hämtad 7 maj 2019.
- Biblioteket i Stockholm, <https://biblioteket.stockholm.se/>, hämtad 10 december 2019.
- Bokus, sökning på *Dragon Ball*, https://www.bokus.com/cgi-bin/product_search.cgi?ac_used=no&search_word=dragon+ball, hämtad 17 december 2019.
- D'Anastasio, Cecilia, "Meet the Scanlators", *Vice*, 2015 https://www.vice.com/en_us/article/4x3pwm/meet-the-scanlators, hämtad 12 augusti 2019.
- "Death note komplett serie", *Seriekällaren*, <https://www.seriekallaren.se/svensk-manga/death-note/death-note-komplett-serie-vol-1-till-12-svensk>, hämtad 04 augusti 2019.
- "Distribution", *Tidsam*, <https://www.tidsam.se/sv/om-tidsam/distribution/>, hämtad 23 december 2019.
- Eriksson, Håkan, "Mangautgivning i Sverige - uppgång och fall", *Svenskt serieindex*, 11 oktober 2011, <http://www.serieindex.se/article.html?id=%3C2%3E>, hämtad 25 december 2019.
- Geek Women Unite! (Sweden), <https://www.facebook.com/groups/176386717211/>, hämtad 13 august 2019.
- "I.N.V.U.", *Baka-Updates Manga*, <https://www.mangaupdates.com/series.html?id=5334>, hämtad 11 augusti 2019.
- Johansson, Christian, *The Emergence and Decline of the Swedish Manga Industry:*

A Study on the Conditions of a Micro Subsidiary in a Global Macro Publishing Context, Karlstad University, Faculty of Arts and Social Sciences (starting 2013), Department of Geography, Media and Communication, 2017, tillgänglig:
<http://www.diva-portal.org/smash/record.jsf?pid=diva2%3A1128217&dsid=-9005>

"Love Hina", *Baka-Updates*, <https://www.mangaupdates.com/series.html?id=1227>, hämtad 2 december 2019.

Malmö Stadsbibliotek, sökning på manga, <http://malmo.stadsbibliotek.org>, hämtad 28 november 2019.

"Manga", *Seriewikin*, <https://seriewikin.serieframjandet.se/index.php/Manga>, hämtad 25 december 2019.

"Manga Media", *Wikipedia*, https://sv.wikipedia.org/wiki/Manga_Media, hämtad 29 november 2019.

"Mangatalangen", *Seriesam*,
[https://www.seriesam.com/cgi-bin/guide?s=Mangatalangen+\(2006\)](https://www.seriesam.com/cgi-bin/guide?s=Mangatalangen+(2006)), hämtad 12 augusti 2019.

Manga updates, <https://www.mangaupdates.com>, hämtad 28 november 2019.

Mallik, Ira, "Tecknade serier ska vända läskrisen", *SVT Nyheter*, 6 maj 2015.
<https://www.svt.se/kultur/bok/tecknade-serier-ska-vanda-laskrisen>, hämtad 4 augusti 2019.

"Manga", *Nationalencyklopedin*,
<https://www-ne-se.ludwig.lub.lu.se/uppslagsverk/encyklopedi/l%C3%A5ng/manga>, hämtad 7 maj 2019.

"Manga Mania", *Seriewikin*, 23 december 2019,
https://seriewikin.serieframjandet.se/index.php/Manga_Mania, hämtad 23 december 2019.

Manga Reviews Nana Hiatus, *My Manga Books*
<https://mymangabooks.com/manga-reviews-nana-hiatus/>, hämtad 11 augusti 2019.

Mateo, Alex "manga piracy site manga rock to shut down", *Anime News Network*, 2 september 2019 <https://www.animenewsnetwork.com/news/2019-09-02/manga-piracy-site-manga-rock-to-shut-down/.150656>, hämtad 10 november 2019.

Matsuura, Erica och Vilela, Soraia, "Japanese Manga Made in Germany", *DW*, 2006,
<https://www.dw.com/en/japanese-manga-made-in-germany/a-2230500>, hämtad 12 augusti 2019.

"Om förlaget", *Bonnier Carlsen*, <https://www.bonniercarlsen.se/om-forlaget/>, hämtad 9 augusti 2019.

"Om förlaget", *Semic*, <https://www.semic.se/om-forlaget/>, hämtad 9 augusti 2019.

"Om Tidsam", *Tidsam*, <https://www.tidsam.se/sv/om-tidsam/>, hämtad 24 december 2019.

Peters, Megan, "'One Piece' Creator Reassures Fans About Series' Ending", *Comicbook.com*, 2019 <https://comicbook.com/anime/2019/01/09/one-piece-manga-ending-100-volumes-rumor-debunk/>, hämtad 11 augusti 2019.

Pineda, Rafael Antonio "Mangamura pirate manga site becomes inaccessible", *Anime News Network*, 18 april 2018, <https://www.animenewsnetwork.com/news/2018-04-18/mangamura-pirate-manga-site-becomes-inaccessible/.130535>, hämtad 10 november 2019.

"Quantitative vs Qualitative research", *SurveyMonkey*, <https://sv.surveymonkey.com/mp/quantitative-vs-qualitative-research/>, hämtad 23 december 2019.

"Scanlation", Wikipedia, <https://sv.wikipedia.org/wiki/Scanlation>, hämtad 25 december 2019

"Schibsted Förlagen", *Seriewikin*, https://seriewikin.serieframjandet.se/index.php/Schibsted_F%C3%B6rlagen, hämtad 23 december 2019.

Schmidt, Lars, "Bokhandelsdöden breder ut sig", *Svensk Bokhandel*, 2010, <https://www.svb.se/nyheter/bokhandelsdoden-breder-ut-sig>, hämtad 13 augusti 2019.

Schmidt, Lars, "Mangaläsarna får aldrig nog", *Svensk Bokhandel*, 12 april 2006 <https://www.svb.se/nyheter/mangalasarna-far-aldrig-nog>, hämtad 10 maj 2019.

Strömberg, Fredrik, "Manga så in i Norden", *Bild och Bubbla*, 2005 <http://bildobubbla.se/2005/05/manga-sa-in-i-norden/>, hämtad 04 augusti 2019.

"Svensk manga", *Seriekällaren*, <https://www.seriekallaren.se/svensk-manga/>, hämtad 28 november 2019.

"The rise of PROsumers (And what it means for CONsumer companies)", 10 september 2016, <https://medium.com/@aditya.vikram/the-rise-of-prosumers-and-what-it-means-for-consumer-companies-26d408325934>, hämtad 15 augusti 2019.

"Tidningsställ", *Tidsam*, <https://www.tidsam.se/sv/om-tidsam/tidningsstall/>, hämtad 24 december 2019.

Westlund, Johanna, "Mangasajt get förlaget kunskap om målgruppen", *Svensk Bokhandel*, 29 oktober 2008, <https://www.svb.se/nyheter/mangasajt-ger-forlaget-kunskap-om-malgruppen>, hämtad 8 maj 2019.

Westlund, Johanna, "Drömmen om en bokhandel", *Svensk Bokhandel*, 26 oktober 2007, <https://www.svb.se/nyheter/drommen-om-en-bokhandel>, hämtad 15 november 2019.

- Whitbrook, James, "Shueisha is Making a Huge Push Towards Accessible, Official Digital Manga", *Gizmodo*, 28 januari 2019, <https://io9.gizmodo.com/shueisha-is-making-a-huge-push-toward-accessible-offic-1832123493>, hämtad 15 augusti 2019.
- Winkler, Lasse, "Manga och Kalle Anka driver säljmotorn", *Svensk Bokhandel*, 19 maj 2005. <https://www.svb.se/nyheter/manga-och-kalle-anka-driver-saljmotorn>, hämtad 9 augusti 2019.
- Yen, "What is an imprint", *The Book Publicity Blog*, 14 juli 2009, <https://yodiwan.wordpress.com/2009/07/14/what-is-an-imprint/>, hämtad 10 november 2019.

Bilagor

Bilaga 1: Sammanfattningar av intervjuer

Exempel på frågor som ställdes var: Vem är du? Vad var din roll under mangaboomen? Hur såg redaktionen/ditt jobb ut under denna tid? Vad var efterfrågan av manga under 2000-2010? Varför togs just de mangorna in? Vad hände 2007-2010 som gjorde att utgivningen av översatt manga på svenska gick ner så drastiskt? Vad såg du som hände? Tror du att det kan bli en ny mangaboom? Ytterligare följdfrågor ställdes utefter svaret på dessa frågor.

Johan Andreasson

Johan Andreasson var serieredaktör för Bonnier Carlsen (BC) sedan 1995 och blev förläggare för manga 2001. Han börjar med att berätta om hur den svensköversatta mangautgivningen startade. Bonnier Carlsen i Tyskland hörde av sig och rekommenderade att även svenska BC skulle ge ut manga. Tyskarna hjälpte till med kontakter och val av serier början och de tyska förlagorna användes till både *Dragon Ball* och *One Piece* som var de första mangorna de gav ut. *Dragon Ball* översattes från tyska och *One Piece* från japanska. Det tog ungefär ett år innan *Dragon Ball* började sälja bra. Innan dess var den nära att läggas ner runt bok tio. Manga såg som serietidningar och såldes med andra serier på Pressbyrån. Försäljningen där gick dock inte bra, men i bokhandeln gick det desto bättre. Efter att *Dragon Ball* tog fart började BC sätta sig in mer i manga - de fick gå en kurs i Tyskland om manga, letade efter kunniga inom ämnet och knöt egna kontakter med de japanska förlagen i och med utgivningen av *One Piece*. Valet att behålla den japanska läsriktningen var ett råd från det tyska förlaget som sa att det var vad fansen ville ha.

Han nämner redan då befintliga kanaler för manga som SF-bokhandeln och Staffars serier i Stockholm och även MangaKai, en förening för manga- och animeintresserade. De fick nys om en ny läsargrupp för serier, tjejer, och satsningar för att inrikta sig på dem gjordes. Förlaget såg att även tjejer läste killserier som *Dragon Ball*. När Johan Brandstedt blev en del av teamet (cirka 2004) hade manga blivit något av en trend och en mangaredaktion hade börjat ta form. De fick nys om att Fullstop Media jobbade på en mangatidning och inledde ett samarbete med dem. Det specialiserade förlaget Manga Media startades. Johan A började arbeta där och gick så småning över till att bara arbeta med Shonen Jump, tidningen som fokuserade på serier för killar baserad på den japanska förlagan med samma namn.

Runt den här tiden ökade mangans popularitet hastigt och flera andra förlag gav sig in på marknaden. Det blev viss kamp om serierna och BC såg prestige i att ha flest titlar. Sedan handlar det om vad som fick marknaden på fall. Han nämner att när det kom till manga var det barnen själva som köpte dem, till skillnad från textböcker då det huvudsakligen är föräldrarna som betalar. Barn och unga hade inte råd att köpa allt som kom ut på marknaden. Han kan inte säga säkert vad orsaken till nedgången var men men har teorier. En var att det inte gick att hitta en ny *Dragon Ball*, en manga med "star quality" som skulle sälja lika stort. *One Piece* gick bra men aldrig lika bra som *Dragon Ball*. En annan sak var att manga aldrig fick ett grundligt fäste hos förlagen. När det inte längre gick bra fanns inte motivationen till att hålla det vid liv. Det hade kunnat gå med en lugnare utgivning om de fortsatt med *One Piece* och *Naruto* men beslutet togs att lägga ner helt. Han nämner också att de japanska förlagen var besvärliga att jobba med och det gick åt för mycket tid till att hålla dem nöjda. Det var även kul att jobba med de japanska förlagen. De var proffsiga och engagerade, och visste hur de vill ha det. De ville jobba med de stora förlagen och delvis på grund av att allt behövde gå genom en tolk tog förhandlingarna lång tid. Var bok behövde skickas till moderförlaget för godkännande. Det ledde till frustration för flera på redaktionen, även för Johan A. själv ibland.

Till en början var det japanska förlaget, Shueisha, inte så krävande men efter att *One Piece* togs in blev kraven högre. BC ville inte binda sig vid ett enda förlag så på förslag av Tyska BC tog de kontakt med Kadokawa för att ge ut *D.N.Angel*. *Manga Mania* skulle ge ut titlar från förlaget Kodansha. Det var även BC intresserade av, vilket blev en anledning till samarbetet. *Manga Mania* var tänkt som ett testfält för nya serier men det fungerade inte helt bra. Läsarna med lite pengar fokuserade på att köpa sina favoritserier som samlingsbok istället för tidningen de gick i.

För mer fokus på tjejer ville BC åt manga från förlaget Hakusensha, men även där tog förhandlingarna lång tid, så det faller utanför vad Johan A. jobbade med. Eftersom *Sailor Moon* var populär på TV ville de ge ut mangan på svenska men det rådde upphandlingsstopp på den under den tiden. Sedan, trots att *Dragon Ball* var stor blev det aldrig någon svensk dubb annat än av enstaka filmer som kom ut direkt på DVD. I Tyskland gick det bättre, då den mangan de gav ut ofta även kom som dubbad anime på TV. Manga var något främmande för förlaget och något egentligen oetablerat även bland läsarna. Det var en nisch och de redan etablerade fansen kunde inte köpa allt som kom ut. Utgivningen borde ha gått lugnare till. Ett annat problem han nämner är att svenskar läser mycket på engelska. Det dödar svenska översättningar när en titel redan finns utgiven i till exempel USA eller Storbritannien. Som en satsning på inhemska serier skulle Åsa Ekströms serie *Sayonara September* gått i *Manga Mania* men det blev aldrig av.

Kenneth André

Han var VD på Egmont Kärnan under den undersökta tiden och förhandlade med de japanska utgivarna. Det var viktigt för japanerna att bygga förtroende öga mot öga och det kunde ta lång tid. Det kunde ta uppemot ett år att slutföra förhandlingar. Allt behövde gå genom en tolk och mötena i sig tog lång tid. De ville ibland att stora upplagor skulle tryckas, och de sålde gärna paket med mer än en serie vilket inte alltid var lyckat. Sett till hela förlaget var manga en liten del av allt som Egmont Kärnan gav ut. Det fanns de som brann för manga på företaget, och redaktörerna hade full koll på serierna. Själv var han inte alltför insatt i vilka serier det blev eller vad de handlade om. Upplagorna var inte stora men lönsamma.

Egmont sålde manga i tidningshandlarna. Som delägare i Tidsam hade de inga problem med distributionen där. Egmont kunde själva påverka distributionen för att förenkla försäljningen. Själv hade han ingen direkt kontakt med läsarna men han såg tydliga trender och efterfrågan på manga och även japanska agenter var aktiva. Manga blev en hype. Även ointresserade hade hört talas om det. Lågkonjunkturen tror han inte hade någon vidare inverkan på mangaboomens nedgång. Inte heller utbudet på engelska, då den stora massan av konsumenter köpte för att det var på svenska. Endast de som var hardcore letade sig vidare till andra källor.

My Bergström

Bergström var översättare och skribent för *Manga Mania*. Hon var ny på översättarmarknaden och fick regelbundet översättaruppdrag 2006-9. Egmont och Ordbilder Media var noga med korrekturläsning medan Bonnier Carlsen sällan kom med ändringsförslag när översättningarna väl var inskickade. Det hände dock att förlagen gjorde ändringar i översättningarna utan att tillfråga översättaren. Det fanns dock ändå en känsla av att de hade bra koll på manga i sig. Manga var så stort att kunniga personer headhuntades inom branschen. De svenska förlagen tittade ofta på vad som gick bra i Tyskland och vilka serier de kunde få råmaterial till därifrån. Det fanns diskussioner om suffixer som -san, chan och liknande, och kring hurvida fula ord skulle användas eller ej. För även om böckerna var för de lite äldre var de medvetna om att även den yngre skaran läste dem.

De japanska förlagen var svåra att jobba med. Det fanns en kulturbarriär i hur förhandlingar och kontrakt sköttes. Dels kom de med krav på att ge ut mindre lönsamma titlar för att ge tillgång till storsäljarna och krav på hur den tryckta produkten fick se ut kunde leda

till att det det inte blev någon utgivning alls. På konsumentplan fanns det också kulturskillnader. I Japan är manga normalkultur medan i det i Sverige är ett specialintresse. Det som gav plats till mangaboomen från första början var en avsakna av ungdomskultur som inte kretsade kring sport. Det fanns plats för tjejer inom fenomenet och även många olika sätt att uttrycka sitt intresse på. Att läsarna sökte sig till scanlations var positivt i början men allteftersom kunde den svenska utgivningen inte hålla takt med tillgången på engelska eller på nätet. Fansen kände sig också svikna när serier slutade komma ut. Förlagen förlorade läsarnas förtroende. Också en ovilja att läsa på svenska nämns. Engelska var häftigare.

Johan C Brandstedt

Redaktör på Fullstop Media med *Manga Mania*. Han jobbade även med Shonen Jump, Mangatalang och bcmanga.se pocket, och frilansade med redigering av grafiskt material.

Manga Mania var lönsam men marginalen var knapp, så när pocketförsäljningen började sjunka gick det inte längre att hålla igång tidningen. Brandstedt nämner dels seriernas inriktning i *Manga Mania* och dels alltför många titlar till en alltför liten målgrupp som anledningar till nedgången, men även att fansen var trogna en specifik serie snarare än tidningen den gick i och gick över till den engelska utgivningen och scanlations för att få mer. Ekonomikrisen tror han dock inte hade någon inverkan utan säger att billig underhållning är sådant som snarare går bra i lågkonjunktur.

I början gick de efter rekommendationer från den tyska utgivningen, och *Manga Mania* blev som ett testfält för nya inriktningar. Ur detta och kontakten med läsarna, bland annat genom hemsidan bcmanga.se, föddes tidningarna Shonen Jump och Shojo Stars som tog över efter *Manga Mania*.

Peter Friman

Friman jobbade med manga hos Egmont fram till 2008 och var formgivare och senare redaktionschef. Mangan sköttes främst från Stockholm men mangorna uppköpta av Mangismo sköttes troligtvis i Malmö. EK såg BC:s framgång med manga och började med manga då det såg ut att vara lönsamt. Sen fanns klart Mikael T. på redaktionen som brann för manga.

Det var annorlunda att jobba med de japanska förlagen. De hade ett mer övergripande perspektiv på manga istället för att se dem som enskilda produkter. De hade höga krav och ville att de skulle ta sig an flera produkter. De krångliga avtalen skulle kunna vara ett hinder än idag om någon ville starta upp mangautgivningen ingen. Han är osäker på vad som kan ha orsakat

nedgången i försäljningen men han kände heller inte att det någonsin var ett särskilt stort sug efter manga. Mangan marknadsfördes precis som andra titlar och hanteringen flöt in i resten av produktionen. De hade aldrig någon separat redaktion för manga. Produktionen hade en komplicerad godkännandeprocess, men blev snabbt en del av den övriga produktionen.

Jesper Holm

Förlagschef för Mangismo. Holm berättar att om hur utgivning i hela Skandinavien var ett krav för att få igenom kontrakt på mangautgivning. De var ett nytt och litet förlag och behövde tävla med de stora Egmont och Bonnier. Han hade redan kontakter i Japan som förenklade processen men förhandlingarna med de japanska förlagen tar lång tid och allt behövde skötas på japanska. Därför gavs även koreanska serier ut; det var lättare och snabbare att få tag på. De japanska förlagen försökte sälja in några mindre framgångsrika serier, men succéer är vad som krävs för att bryta sig in på en ny marknad. Det är svårt för små språkmarknader att konkurrera med material som redan finns på engelska. Scanlations såg han däremot inte som ett problem. Det är ett tecken på en levande marknad och förhöjer intresset. Fansen var entusiastiska och de hade bra kontakt. De var också unga och hade inte pengar till att köpa allt som kom ut på marknaden. För just Mangismo blev försäljningen i Norge ett problem. Den gick inte bra och förhandlingar med Egmont inleddes för att ta över Mangismos serier. EU:s undersökning av Egmonts monopol på serier i Danmark försenade dock dessa förhandlingar så pass att Mangismo gick i konkurs innan en smidig övergång kunde göras.

Anders Häger Jönson

Jönson driver enskild firma, producerar program, konsult, digitala strategier. Han skrev artiklar för *Manga Mania*. Innan dess var han verksam i manga/animeföreningar och startade en egen. Under mangaboomen såg han sig själv som ett fan med halva foten inne. Som redan inbitet fan med vänner med samma intresse såg han inte mangan som en boom, och hans uppfattning om den vanliga konsumenten säger han är begränsad.

Han pratar om hur trender kommer och går och hur man får anpassa sig efter vad som är på gång just då. Det är en kamp mellan att tjäna pengar och kulturella värden, och satsningar på unga är det första som ryker när pengar ska sparas. Manga är ett exempel, och även ZTV som också försvann under den här tiden. Det fanns passionerade människor bland de som jobbade med mangan, men det fattades även torra beslut. Företagen hade detaljkoll på vad de gör, så även om vissa hade passion för manga handlade det i slutändan om siffror. Sverige är

ett litet land och det gäller att anpassa snabbt efter nya trender om man vill klara sig. Först in, först ut. Det konstiga försvinner först. Manga var ett extra inslag för förlagen, det fyllde inget hål i utgivningen och var därmed lätt att ta bort igen. Han tror inte att förlagen var intresserade av att fostra subkulturen för att ordentligt etablera manga i Sverige. De högsta cheferna visste nog inte ens vad som gavs ut.

En ny trend på gång i mitten av 2000-talet var sociala medier, och företagen såg det som viktigare att satsa på dem när ekonomikrisen kom. Bonnier Carlsen gjorde en satsning med den sociala plattformen bcmanga.se, men den var dyr att driva och svår att hantera när målgruppen var så ung. Han nämner Japan-relaterade satsningar som gjordes utöver mangan, som animeserierna *Cardcaptor Sakura* och *Kaleido Star* på Barnkanalen, och SVT:s animekväll då de visade ett antal animerade lång- och kortfilmer från Japan. Det blev inte mycket mer satsning på anime än så. I och med att det är känsligt med barnreklam i Sverige har tecknat sakta sjunkit undan och flyttat till betalkanaler. Det kom även en del japanska musikutövare till Sverige, anordnat av New Nippon.

Simon Lundström

Han var översättare av manga cirka '01-'11 (av bland annat *One Piece*, *Mästerdetektiven Conan* och *Fullmetal Alchemist*) och var ordförande för föreningen MangaKai. Han upplevde översättarklimatet som bra under den här tiden. Cheferna visade inte något speciellt intresse för manga och lade ner allt när det började gå dåligt. Redaktionerna, de som faktiskt jobbade direkt med manga var däremot engagerade. Som orsaker till mangaboomens fall pratar han om den oändliga tillgången på scanlations på internet. Fanöversättningar fanns av alla genrer och för alla åldrar. Fans hittade subgenrer och nischer som inte fanns alls på den svenska marknaden. Fansen blev kräsna och sållade i vad de läste och köpte. Utbudet på svenska var inte längre intressant. Ytterligare en sak var att flera av serierna låg långt efter den japanska utgivningen. *Naruto* låg till exempel tre år efter den japanska. En annan sak han nämner var att det fanns en viss avsky mot svenska översättningar. Fans på event kunde uttrycka förfäran över att en viss serie skulle komma på svenska. Han nämner Finland som ett exempel på ett land som är stolt över sitt språk och har en mangaförsäljning som går runt trots att de är en mindre språkgrupp. Det fanns tillräckligt med intresse i Sverige, problemet var att de ville läsa på engelska. Hade de velat läsa på just svenska hade scanlations inte haft någon betydelse. En annan fördel för Finland han nämner är att de har fastställda förlagspriser. Fri prissättning dödar bokhandlar och mellanlagret av titlar. Storsäljarna köps in i massor och konkurrerar ut resten.

Som svårigheter från förlagens och försäljarnas sida säger han att det var problem i hela ledet. Manga behövde hanteras annorlunda jämfört med allt annat och det var jobbigt. Serierna var långa och alla delarna behövde finnas i tryck och tillgängliga i affärerna. Bokhandlarna var inte strukturerade för att tillhandahålla alla delar i så långa serier. I Japan är det inget problem då tryckeri finns överallt och nya tryck görs ständigt och inom landet. Såsom inköpsstrukturen för bokhandlarna såg ut var det också dyrare att köpa in manga än annat. Infrastrukturen för att ge ut manga var dålig, och det försvårade för förlagen.

Fredrik Strömberg

Han är en serievetare som fördjupade sig i manga på slutet av 1900-talet och har hållit föredrag i ämnet för bland annat Bonnier Carlsens anställda. Han har inte varit anställd hos något av förlagen utan behållit sin roll som frilansande rådgivare. Det har diskuterats om det var en Dragon Ball-boom eller mangaboom. Enligt Strömberg var det mest Dragon Ball som stod för boomen och han tror den kan ha sålt för runt hälften av den totala mangaförsäljningen.

Förlagen var intresserade av vinst här och nu och hade inget intresse av att bygga långsiktigt. De provade flera saker och vissa gick bättre än andra. Det var låg kvalitet på vissa titlar; det som kom ut var för likartat; försäljning hos tidningsdistributörer var en miss; det var för gamla redaktörer som inte själva var fans och inte förstod vad läsarna ville ha. BC gjorde rätt i att ha kontakt med flera olika förlag, och de försökte skapa en samlingsplats för fansen med bcmanga.se men lyckades inte göra det till en attraktiv plats att hänga på. Förlagen, bokhandlarna, kioskerna och biblioteken hade ingen aning om hur de skulle hantera manga. Om en volym saknades blev det klagomål. Ingen visste hur man skulle hantera detta i ett system där de är vana vid fristående volymer. De valde också tidigt att ge ut titlar som riskerade att skapa debatt kring barnkultur och sex. De skulle börjat med lika bra fast säkrare kort.

Det som till slut tog kol på det hela var förläggarnas okunskap och oförstånd kring manga och dess läsare. Det var som om de var för gamla för att hänga med och förstå de nya unga läsarna. Manga var något nytt och besvärligt att hantera och eftersom de som satt på pengarna inte hade något personligt intresse i manga var det en lätt sak att släppa och sedan återgå till det gamla och bekväma. De borde satsat mer på serier för unga och breddat utgivningen. Då hade de hållit intresset vid liv och läsarna hade inte letat sig vidare till att läsa på engelska. Det blev bitvis något av en överutgivning men främst av fel titlar. De borde ha satsat mer på det bästa från Japan än på de koreanska serierna. De borde också ha följt upp med mer vuxna serier och finare utgåvor. Det hade också hjälpt om anime gick på TV. Folk är rädda

för manga efter den snabbt nedlagda och misslyckade utgivningen. Manga ses som skräp idag, delvis på grund av mangadomen.

Mikael Tegebjer

Han jobbade på Egmonts serieredaktion i Stockholm 2003-2007, och är serieentusiast.

Rivaliteten mellan förlagen som satsade på manga var stor och det blev något av ett mangakrig. Japanerna märkte att de kunde tjäna på rivaliteten och började lägga till krav i kontrakten. Det blev som en auktion om vissa titlar. *Mästerdetektiven Conan* var till exempel flera förlag ute efter. Ute på seriefestivaler märkte han att både japaner och koreaner kunde ta mer plats.

Ranma 1/2 sålde bra men inte alls lika bra som *Dragon Ball*. *Mästerdetektiven Conan* gick bra i Sverige och Finland men inte lika bra i Norge och Danmark. På grund av avtalet de hade var de dock ändå tvungna att fortsätta ge ut den. De har andra seriekulturer där. Norge har till exempel en starkare kultur för inhemska serier och Danmark håller sig mest till Kalle Anka och Knasen.

Att det började gå dåligt för mangan var inget han direkt lade märke till. Scanlations var inget problem vad han kunde se under tiden han jobbade där.

Egmont Kärnan såg manga som något att tjäna pengar på. Det behövs redaktörer som inte överröstas av marknads Människorna. De fick övertala marknadsavdelningen att göra nya tryck av de första volymerna för att kunna locka in nya läsare. EK hade inga problem att sälja i tidningshandlarna men hade mer problem i bokhandlarna, till skillnad från BC där situationen var den motsatta. De sålde mest på den marknad de kunde bäst. Ett par andra saker han nämnde var att barn som annars inte läser serier läste *Dragon Ball* och att han själv gärna hade sett att det kommit ut manga för dem som vuxit upp lite.

Bilaga 2: Resultat från enkätundersökningen

Länk till enkätsvar:

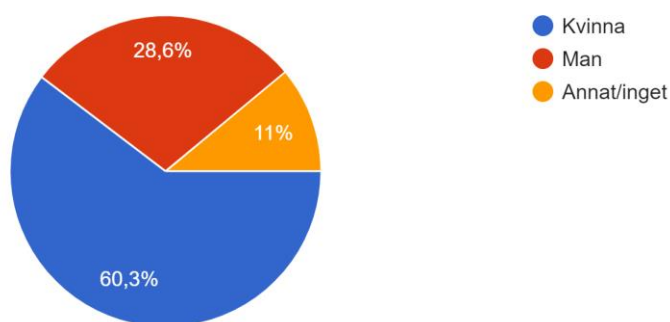
https://docs.google.com/spreadsheets/d/1ideOeOzl5z1hXO2qn0CayuCR1_DqsZnHTrtFL4sqwEU/edit?usp=sharing

Fråga 1. Vad identifierar du dig som?

Fig. 1

Vad identifierar du dig som?

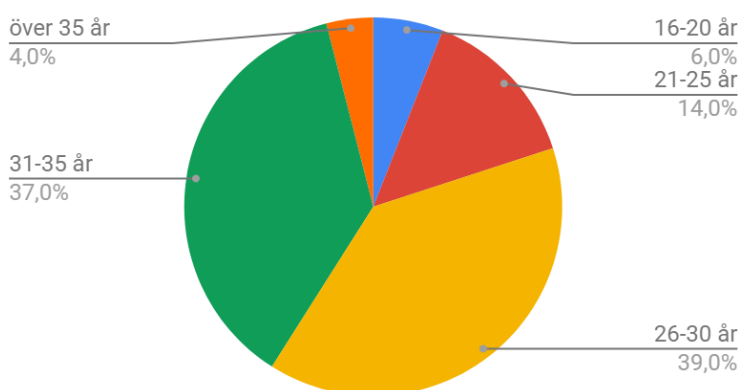
590 svar



Fråga 2. Din ålder?

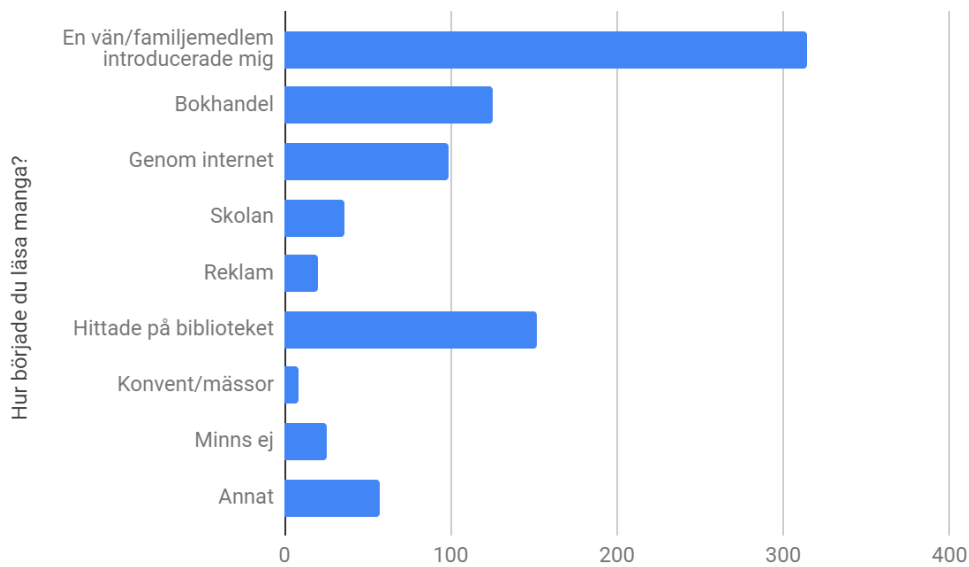
Fig. 2

Din ålder?



Fråga 3. Hur började du läsa manga?

Fig. 3



Fråga 4. Vilken är den första manga du minns att du läste och vilket språk var den på?

Antal svar: manga: 627 svar, språk: 593 svar

Endast öppet svar. Några har svarat med mer än en titel eller språk.

Fig. 4a

Vilken är den första manga du minns att du läste?

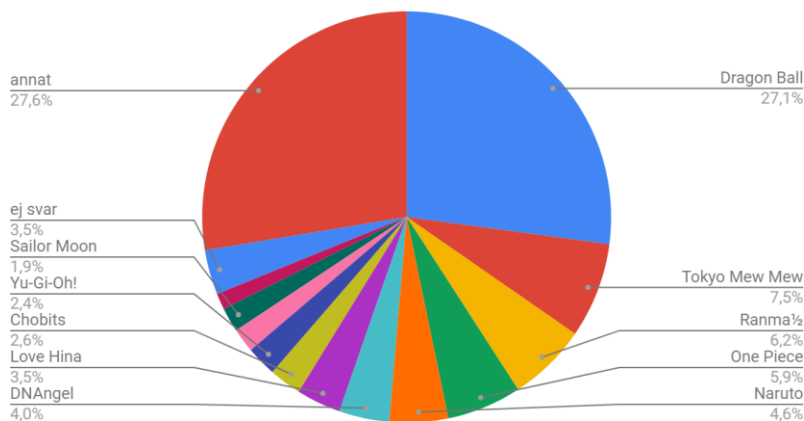
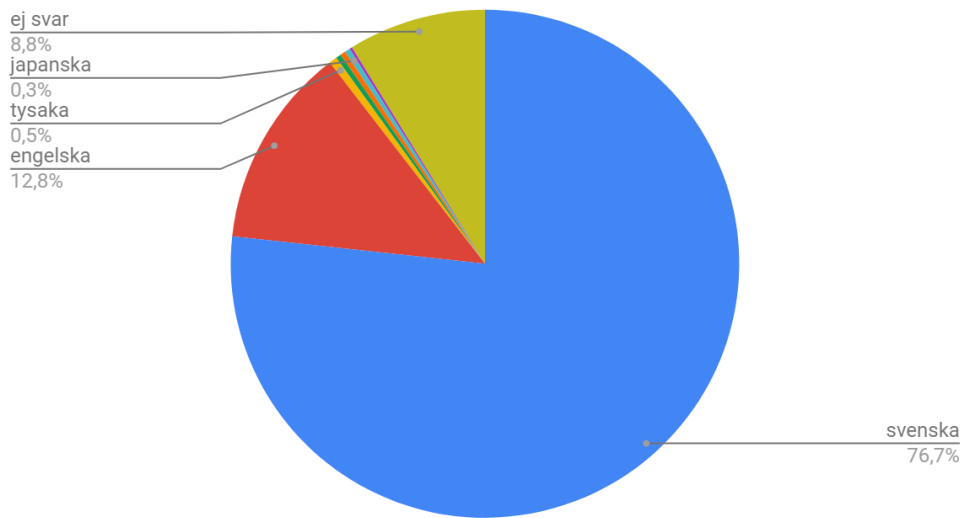


Fig. 4b

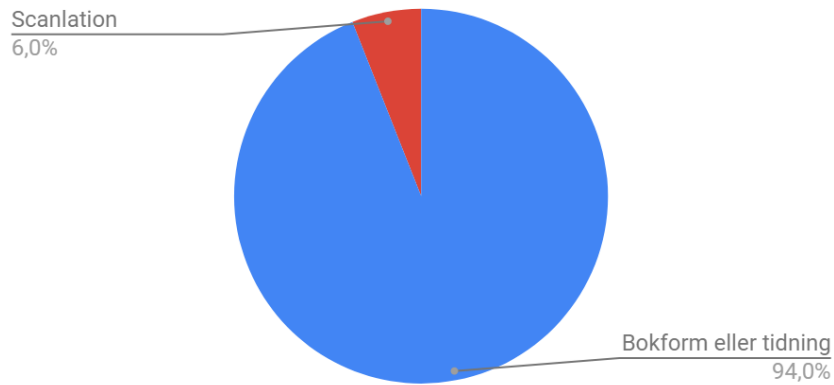
På vilket språk var den första manga du minns att du läste?



Fråga 5. Läste du din första manga i bokform eller som scanlation?

Fig. 5

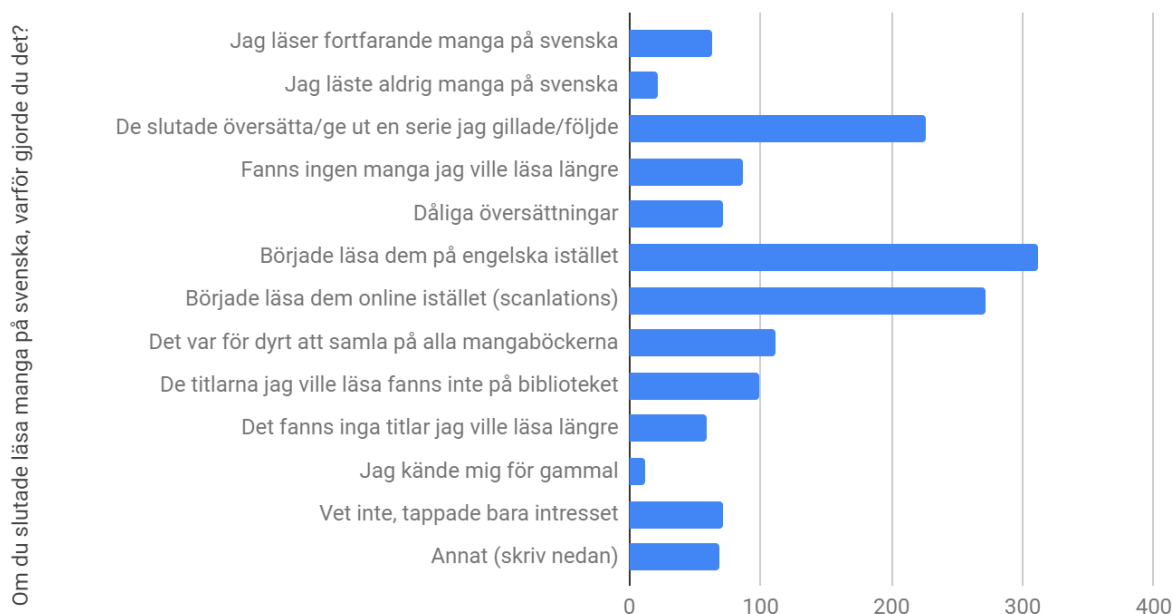
Läste du din första manga i bokform eller som scanlation?



Fråga 6. Om du slutade läsa manga på svenska, varför gjorde du det?

Flervalsfråga

Fig. 6



Om du slutade läsa manga på svenska, varför gjorde du det?		
Jag läser fortfarande manga på svenska	63	10,70%
Jag läste aldrig manga på svenska	21	3,60%
De slutade översätta/ge ut en serie jag gillade/följde	226	38,30%
Fanns ingen manga jag ville läsa längre	86	14,60%
Dåliga översättningar	71	12%
Började läsa dem på engelska istället	312	52,90%
Började läsa dem online istället (scanlations)	272	46,10%
Det var för dyrt att samla på alla mangaböckerna	111	18,8%
De titlarna jag ville läsa fanns inte på biblioteket	99	16,8%
Det fanns inga titlar jag ville läsa längre	59	10%
Jag kände mig för gammal	12	2%
Vet inte, tappade bara intresset	72	12,00%
Annat (skriv nedan)	69	11,70%

Fråga 7. Om du gick över till eller fortsatte med att läsa scanlations (online) istället, vad var orsaken till det?

Endast öppet svar och ofta flera anledningar angivna av samma respondent.

Fig. 7a

Om du gick över till eller fortsatte med att läsa scanlations (online) istället, vad var orsaken till det?

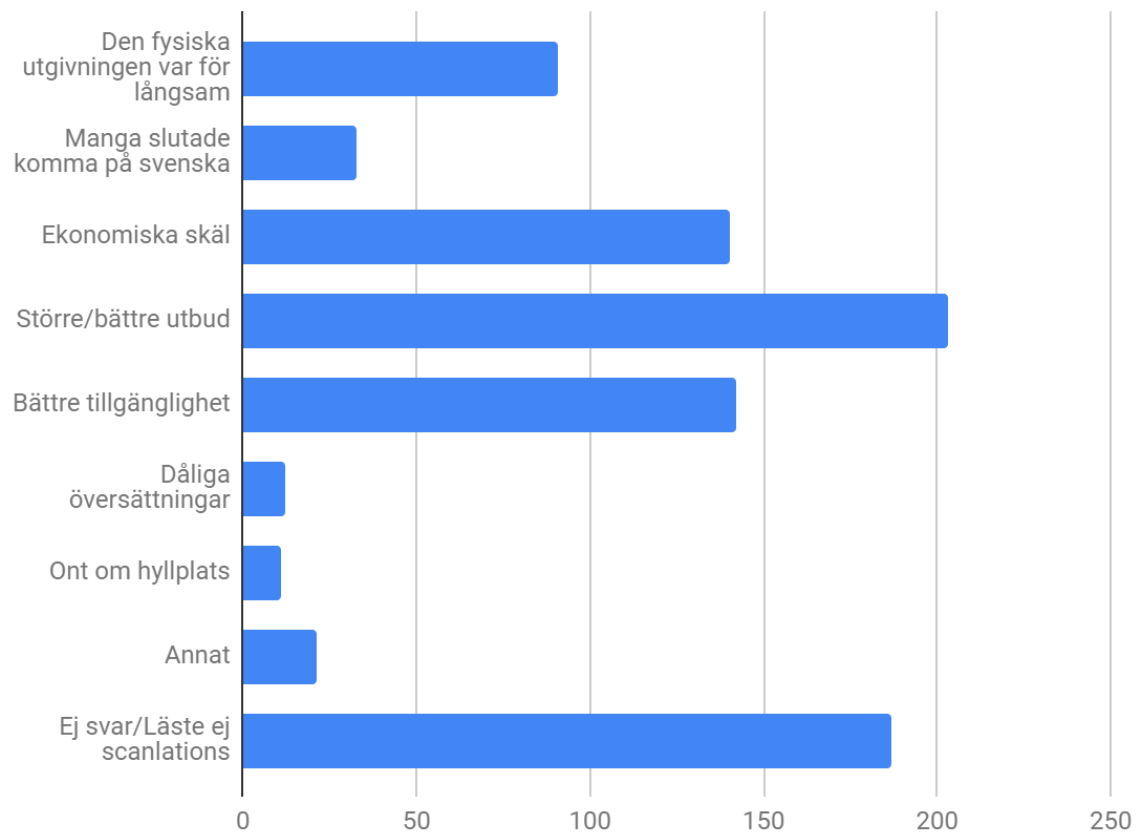
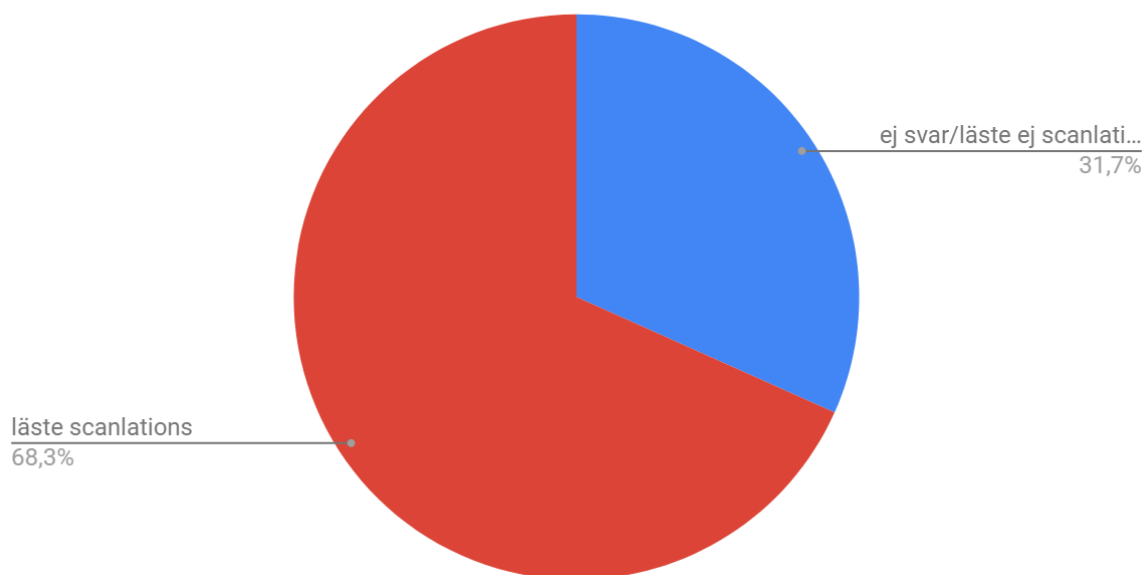


Fig. 7b

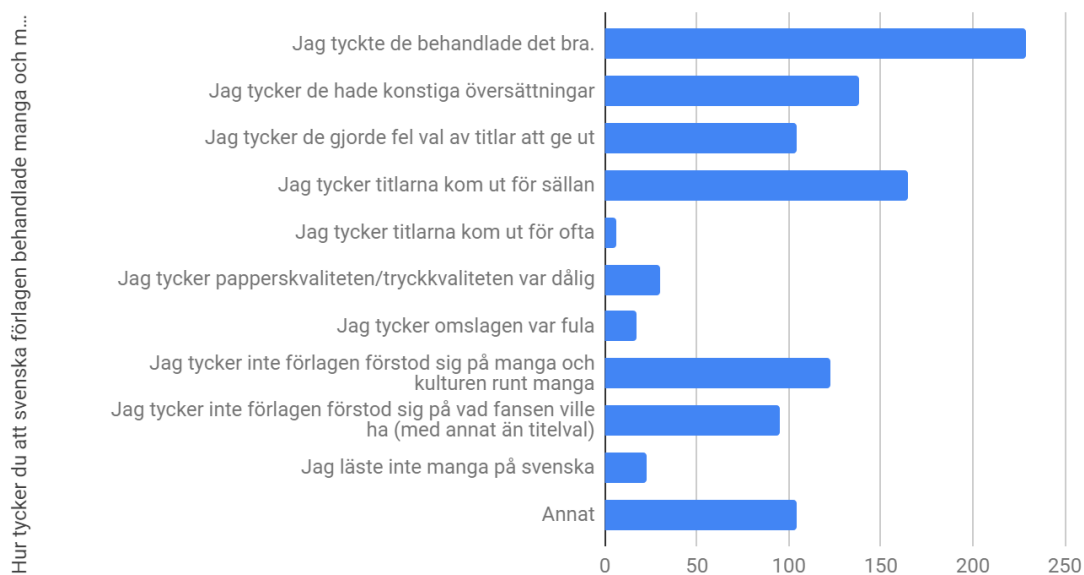
Hur många som uppgivit anledningar till vaför de läste scanlations.



Fråga 8. Hur tycker du att svenska förlagen behandlade manga och manga-hypen mellan 2000-2010?

Flervalsfråga

Fig. 8



Hur tycker du att svenska förlagen behandlade manga och manga-hypen mellan 2000-2010?	
Jag tyckte de behandlade det bra.	39%
Jag tycker de hade konstiga översättningar	23%
Jag tycker de gjorde fel val av titlar att ge ut	17%
Jag tycker titlarna kom ut för sällan	28%
Jag tycker titlarna kom ut för ofta	10%
Jag tycker papperskvaliteten/tryckkvaliteten var dålig	51%
Jag tycker omslagen var fula	29%
Jag tycker inte förlagen förstod sig på manga och kulturen runt manga	21%
Jag tycker inte förlagen förstod sig på vad fansen ville ha (med annat än titelval)	16%
Jag läste inte manga på svenska	39%
Annat	18%

Fråga 9. Vad tror du är orsaken till att det inte ges ut så mycket manga på svenska längre? Vad hände egentligen?

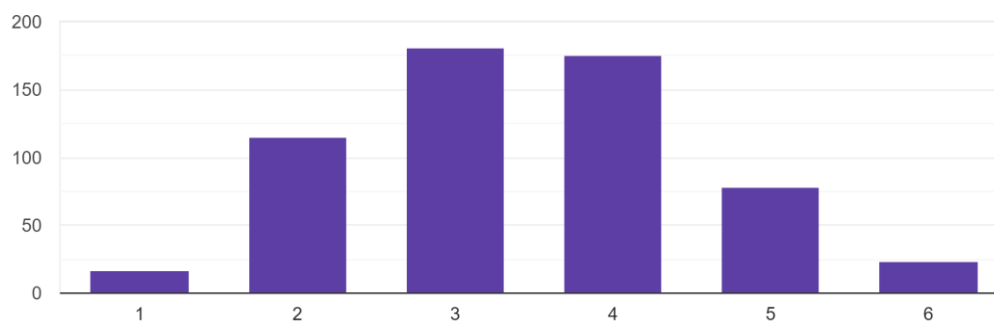
Endast öppet svar.

Fråga 10. Hur populärt tycker du att manga är i Sverige idag?

Fig. 9

Hur populärt tycker du att manga är i Sverige idag?

590 svar

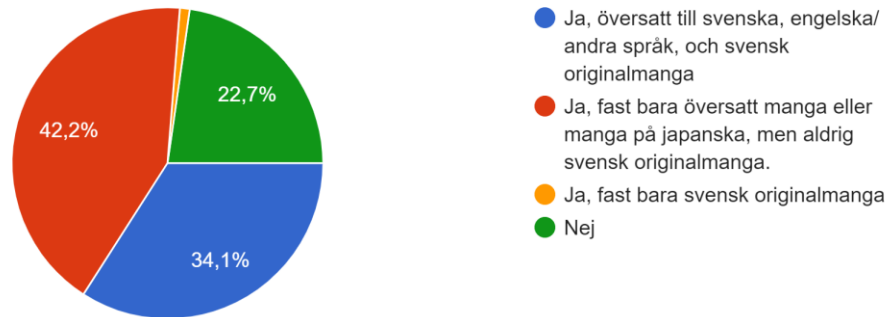


Fråga 11. Läser du manga idag?

Fig. 10

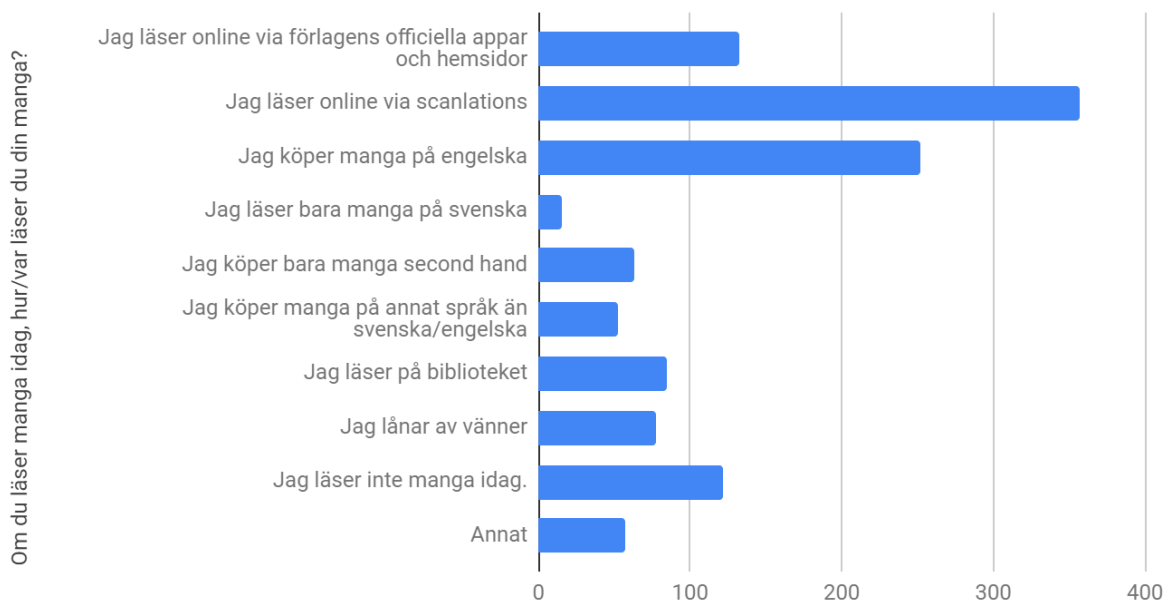
Läser du manga idag?

590 svar



Fråga 12. Om du läser manga idag, hur/var läser du din manga?

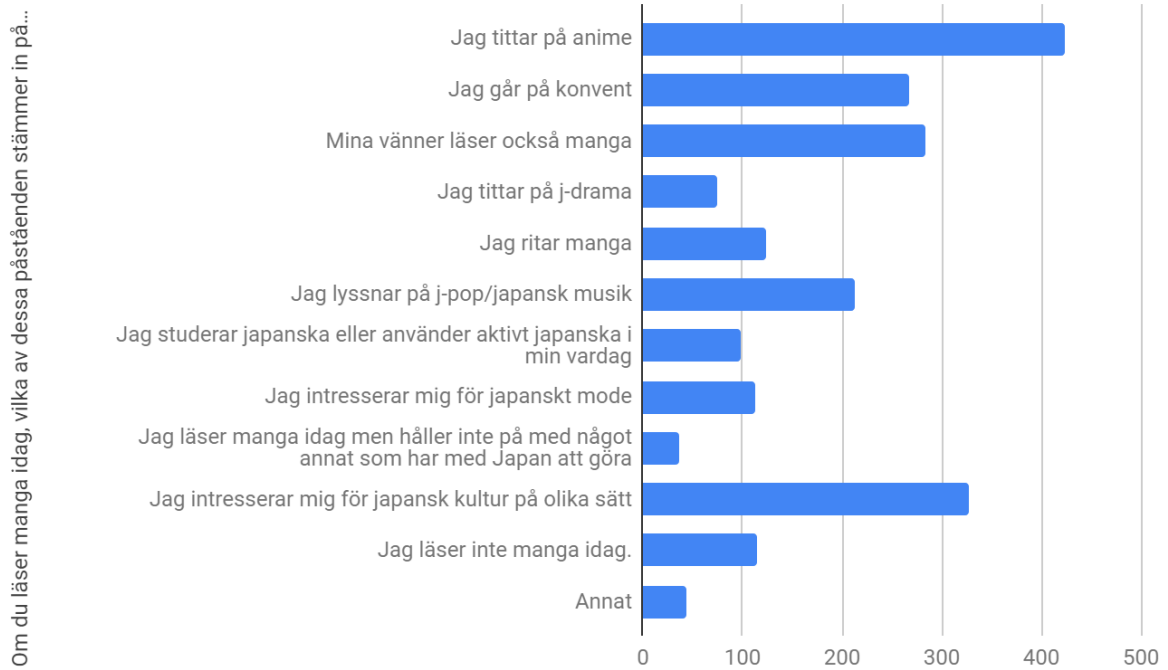
Fig. 11



Fråga 13. Om du läser manga idag, vilka av dessa påståenden stämmer in på dig idag?

Flervalsfråga

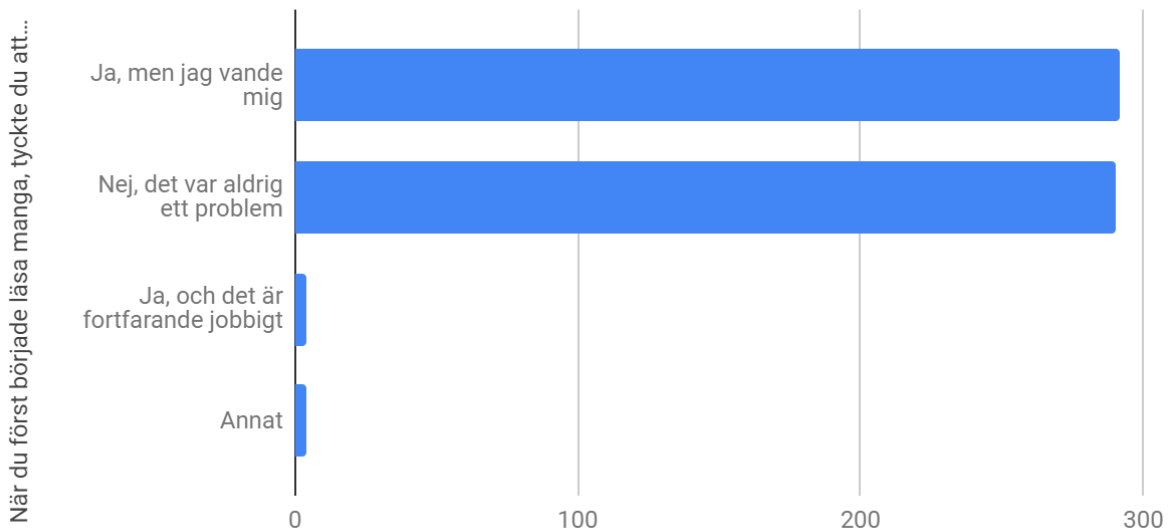
Fig. 12



Fråga 14. När du först började läsa manga, tyckte du att det var konstigt att manga läses från höger till vänster?

Fig. 13

När du först började läsa manga, tyckte du att det var konstigt att manga läses från höger till vänster?

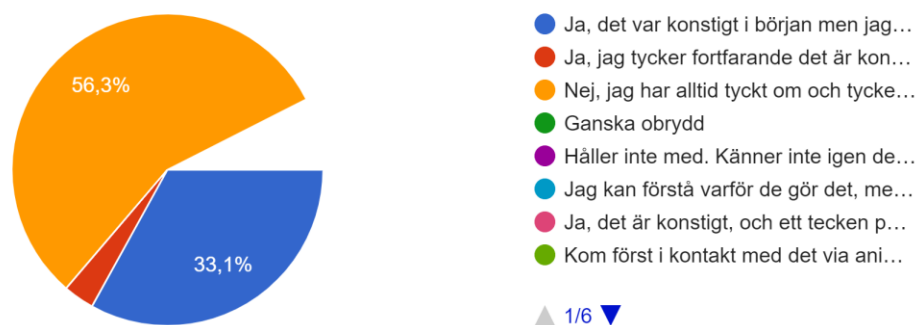


Fråga 15. Tycker du det är konstigt att de ofta i översatt manga använder suffixer och efternamn så som Yamada-san, Tanaka-kun, Sakura-chan?

Fig. 14

Tycker du det är konstigt att de ofta i översatt manga använder suffixer och efternamn så som Yamada-san, Tanaka-kun, Sakura-chan?

590 svar



Fråga 16. Något annat du vill berätta eller tillägga?

Endast öppet svar.

Bilaga 3: Statistik över manga- och koreanska serieutgivning i Sverige 2000-2010

Länk till kalkyl med insamlad information:

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1oEnG31SW7tTURagnUBNikxf9scagGmlhKutMS0FwGHg/edit?usp=sharing>

Fig. 15

Antal mangaböcker per år

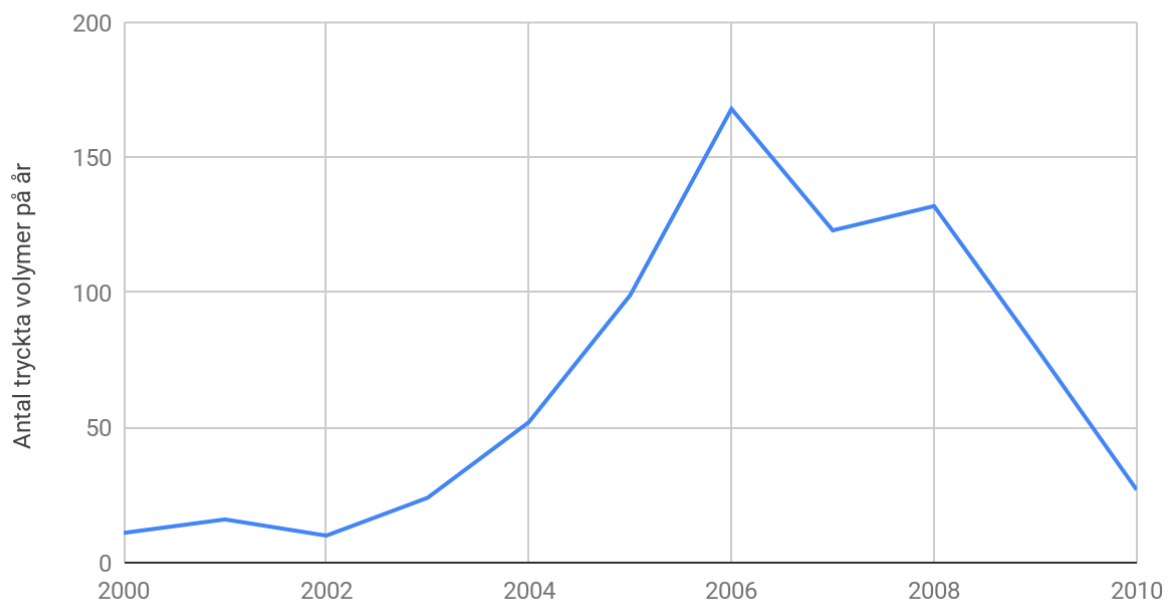


Fig. 16

Antal nya titlar per år

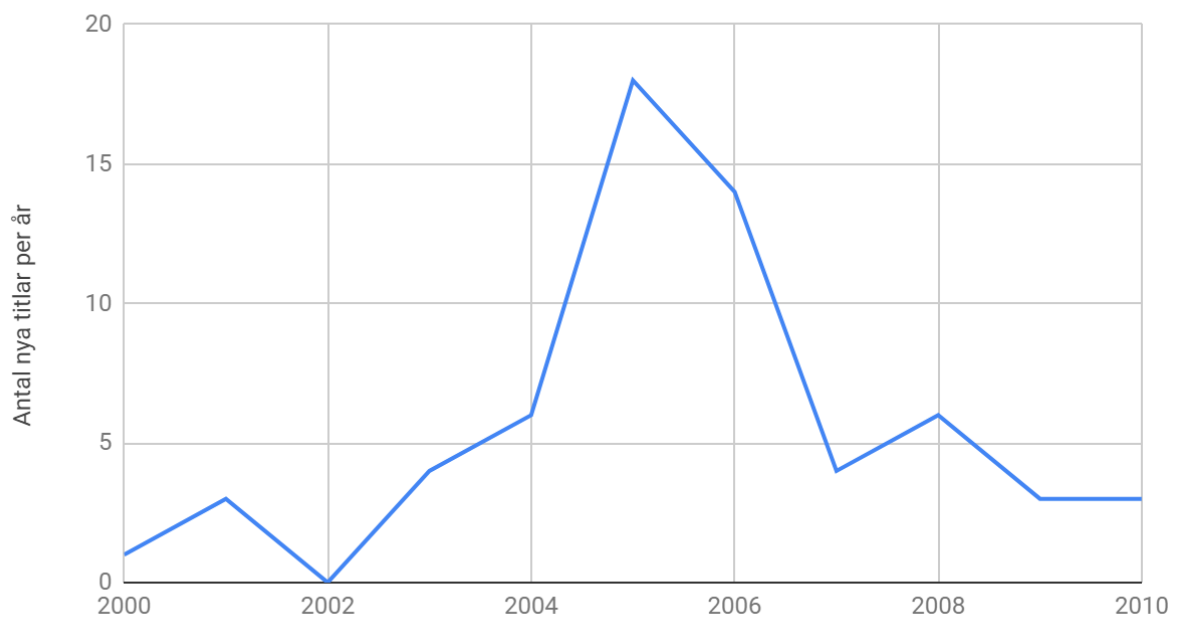


Fig. 17

Andel avslutade och oavslutade manga och koreanska serier 2000-2013

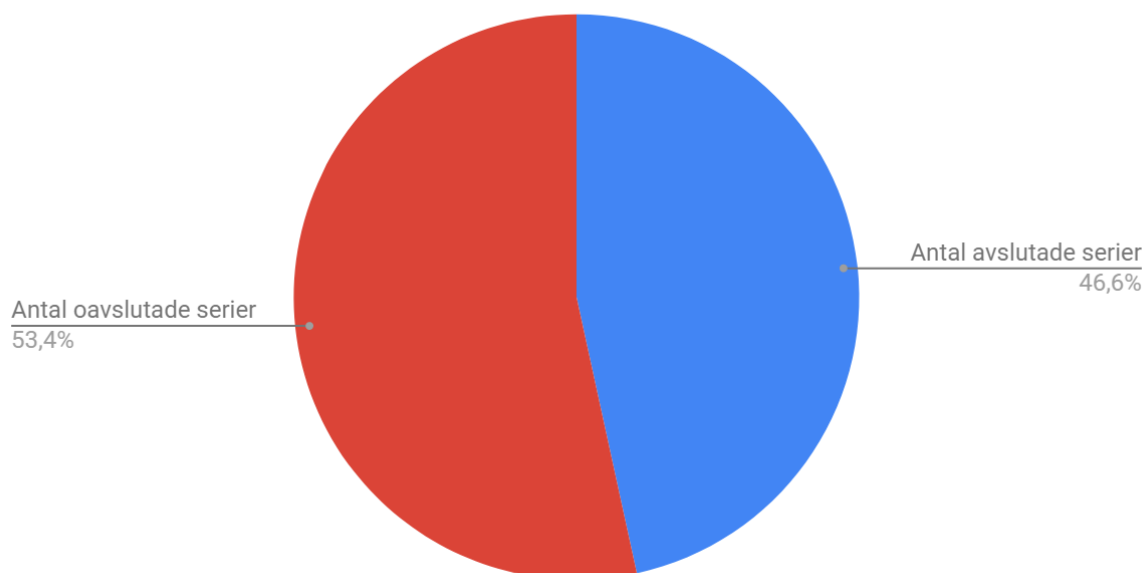


Fig. 18

Antal serier som lades ner trots att det fanns mer material att ge ut år 2000-2013

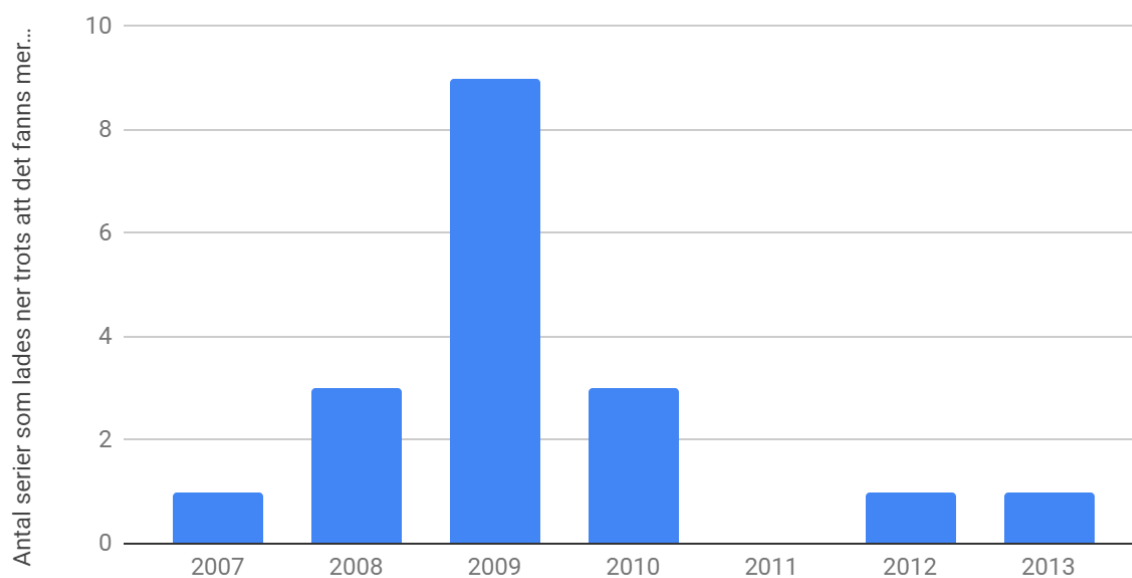


Fig. 19

Fördelning av manga och koreanska serier för killar och tjejer

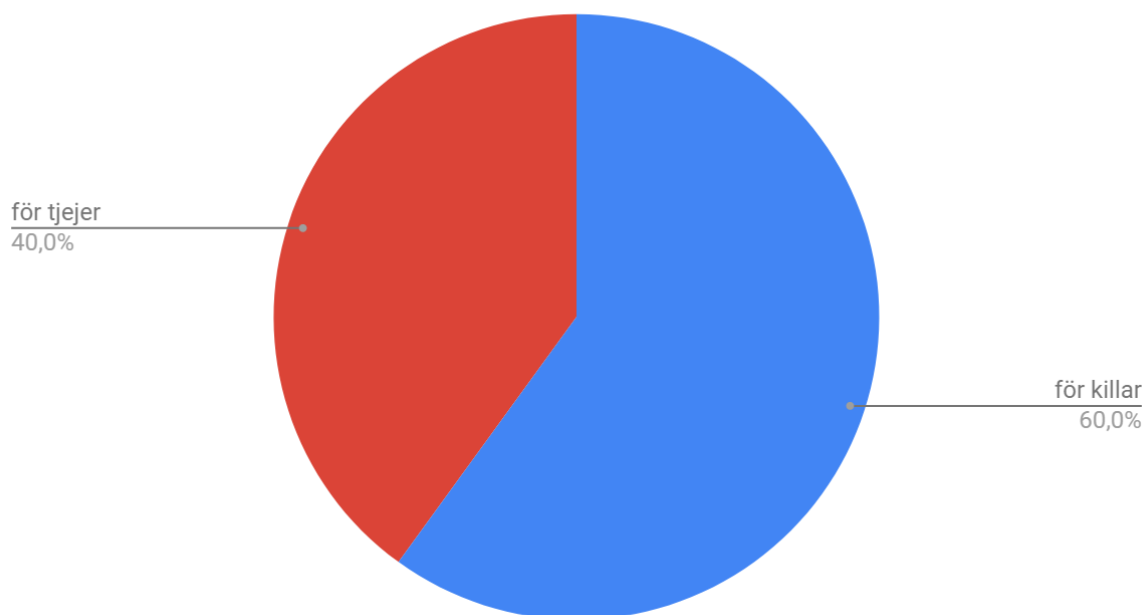


Fig. 20

Antal utgivna mangaserier per förlag 2000-2010

Antal utgivna mangaserier per förlag 2000-2010

