

Lunds universitet

Förlags- och bokmarknadskunskap

Institutionen för kulturvetenskaper

Handledare: Mikael Askander

Examinator: Sara Tanderup Linkis

2021-05-28

Kajsa Hallström

FBMK12

# Världar av berättande

**En studie av tre exempel på transmediala berättelser för barn och unga**



**LUND**  
UNIVERSITY

## **Abstract**

This essay examines three examples of transmedia storytelling within children's literature and other media (tv shows, computer games etcetera). The three examples – Vi på Saltkråkan, Star Stable and Moomin – each offers unique backstories in which storytelling on multiple platforms has been successful. This study focuses on why the publishers and producers choose to adapt a story to different types of media, what their gains and goals are and how this phenomena affects the children's publishing industry and its fields. The analysis is based on theoretical perspectives such as convergence culture, transmedia storytelling and the digitalisation of the literary sphere.

Key words: Publishing studies, convergence culture, transmedia storytelling, visual media, digitalisation

# Innehållsförteckning

<b>1. Inledning</b> .....	3
<b>2. Syfte och frågeställningar</b> .....	4
<b>3. Material och avgränsningar</b> .....	4
<b>4. Metod</b> .....	5
<b>5. Teori</b> .....	6
<b>5.1 Konvergenskultur</b> .....	6
<b>5.2 Transmedialt berättande</b> .....	7
<b>5.3 Bourdieus fältteori</b> .....	7
<b>6. Tidigare forskning</b> .....	9
<b>7. Bakgrund</b> .....	10
<b>8. Undersökning</b> .....	11
<b>8.1 Vi på Saltkråkan</b> .....	11
<b>8.2 Star Stable</b> .....	13
<b>8.3. Mumin</b> .....	16
<b>9. Analys</b> .....	18
<b>9.1 Drivkrafter</b> .....	19
<b>9.2 Format och målgrupper</b> .....	20
<b>9.3 Nya aktörer på bokmarknaden</b> .....	21
<b>10. Sammanfattning och avslutande diskussion</b> .....	23
<b>11. Källförteckning</b> .....	27

# 1. Inledning

Människan har alltid gillat att berätta historier. Redan innan skriftspråket kom så förmedlades historier, antingen muntligt eller genom bilder och målningar. Men boktryckarkonsten var definitivt det som fick störst betydelse för läsning och skrivande.<sup>1</sup> Texter blev mer tillgängliga för den stora massan och från att berättande varit något man gjorde tillsammans, muntligt eller bildligt, så blev nu överförandet av berättelsen mer privat. Det så kallade tysta läsandet blev etablerat. Berättelser blev då på ett vis något slutet, en alternativ värld som man i sin ensamhet kunde besöka.<sup>2</sup>

Men så kom den digitala utvecklingen – nya tekniker gav nya möjligheter för berättande. Medietekniker som radio och tv förändrade förutsättningarna för hur vi skapar och mottar berättelser. Nu var inte historierna enbart bundna till bokens pärmar, eller till en singular berättare, utan nu adapterades dem till flera olika medier och med flera olika upphovspersoner. Det *transmediala berättandet* började ta form.

Inom barnlitteraturen och egentligen i alla medier riktade till barn, var det transmediala berättandet något som syntes tidigt. Många som läser den här texten har säkert vuxit upp med Astrid Lindgrens böcker och tv-adaptioner av till exempel *Emil i Lönneberga*, *Pippi Långstrump* och *Vi på Saltkråkan*. Teateradaptioner och radioprogram baserade på barnböcker är också sedan länge ett vanligt förekommande fenomen.

Tittar vi internationellt så är *Harry Potter* och det så kallade *Potterverse*<sup>3</sup> ett tydligt exempel på hur det transmediala berättandet etablerades inom modern barn- och ungdomsmedia under 2000-talet (den första Harry Potter-boken, *Harry Potter and the Philosopher's stone*, utgavs 1997<sup>4</sup>). Framför allt så har denna form av berättande och ”världbyggande” fått sitt fäste tack vare internet och det vi idag kallar för webb 2.0.<sup>5</sup> I den här uppsatsen studeras tre olika exempel på transmediala berättelser, som alla är välkända och framgångsrika men har sin egen unika historia.

---

<sup>1</sup> Dahlberg, Leif och Snickars, Pelle (2008), *Berättande i olika medier*, ”Inledning – mot ett transmedialt berättande”, Kungliga biblioteket, ISBN: 9789188468024, s. 12.

<sup>2</sup> Steiner, Ann (2019), *Litteraturen i mediasamhället*, Studentlitteratur, Lund, ISBN: 9789144127835, s. 222-225.

<sup>3</sup> *Potterverse* syftar på det universum som utgörs av J.K Rowlings böcker och karaktärer, samt de produktioner och produkter som har anknytning till originalverken.

<sup>4</sup> ”Harry Potter (Book Series)”, [https://harrypotter.fandom.com/wiki/Harry\\_Potter\\_\(book\\_series\)](https://harrypotter.fandom.com/wiki/Harry_Potter_(book_series)), hämtat 20 maj 2021.

<sup>5</sup> Webb 2.0 (engelska: web 2.0) är ett begrepp myntat av Tim O'Reilly år 2004 och syftar på nästa (vid den tiden) generations webbtjänster där användarna fick möjlighet till interaktivitet och samarbete.

## 2. Syfte och frågeställningar

Syftet med den här uppsatsen är att undersöka hur tre förlag/producenter nischade mot barn- och ungdomslitteratur och media arbetar med transmedialitet idag och hur förlagsfältet förändras på grund av detta fenomen.

Undersökningen kommer att utgå från konkreta frågeställningar:

- Vad motiverar förlagen/producenterna att ge ut berättelserna i respektive format?
- Hur kompletterar/konkurrerar de olika formaten med varandra?
- Vilka aktörer syns på bokmarknaden idag, utöver de traditionella bokförlagen?

## 3. Material och avgränsningar

Undersökningen kommer att utgå ifrån tre olika berättelser/serier som alla existerar i flera olika medier och utgör sina egna ”världar av berättande”. Alla tre kategoriseras inom barngenren både inom litteratur och visuell media. Dessa tre exempel är *Vi på Saltkråkan*, *Star Stable* samt *Mumin*.

Dessa exempel spänner tillsammans över en mängd olika medier och format, vilket gör dem intressanta att undersöka närmare. En stor anledning till att just dessa har valts, är att de allihop är aktuella i någon form av nyutgivning, vilka beskrivs vidare i avsnitt 8.1. De olika exemplen har också olika bakgrunder som i sin tur ger olika perspektiv på transmedialt berättande. Berättelsernas ursprung spänner över tv-, bok- och datorspels-versioner, vilket gör att perspektiv från både bokförlag, visuella producenter och spelbolag är intressanta för den här undersökning.

För denna uppsats kommer inte varje enskilt format att studeras på djupet, alltså ingen textanalys eller analys av berättelseform i relation till format kommer att göras. Utan fokus kommer att ligga på de övergripande processer som ligger bakom de olika nyutgivningarna. Övergripande processer syftar exempelvis på drivkrafter och arbetsprocesser – *varför* och *hur* ges de ut.

## 4. Metod

Det här arbetets metoder kan delas upp i två faser; *insamling* av information och *analys* av information. Insamlingen av informationen gjordes främst digitalt genom att studera i vilka format de olika nyutgivningarna existerar och vilka format de har funnits i tidigare. Intervjuer med nyckelpersoner bakom de olika utgivningarna genomfördes också via mailkorrespondens, där intervjufrågorna utgick från uppsatsens frågeställningar. Målet var att en person bakom respektive exempel skulle intervjuas men tyvärr hade inte förläggaren på Rabén & Sjögren möjlighet att svara inom det här arbetets tidsram. I stället har det, i det fallet, gjorts en utökad analys utifrån Thompsons kapitalbegrepp.<sup>6</sup>

Analysen skedde genom en kvalitativ innehållsanalys, vilket är en empirisk vetenskaplig metod för att studera innehållet i olika typer av kommunikation som till exempel intervjuer och tidningsartiklar.<sup>7</sup> En innehållsanalys kan delas in i tre olika metoder: konventionell, riktad och summativ.<sup>8</sup> I det här fallet har en summativ innehållsanalys gjorts vilket innebär att informationen från, i det här arbetets fall – de tre exemplen, jämfördes med fokus på återkommande ord och fraser och en efterföljande analys av den underliggande kontexten.<sup>9</sup> Informationen studerades utifrån arbetets frågeställningar och de teorier om konvergenskultur och transmedialt berättande som arbetet grundar sig på. Analysen fokuserar främst på att identifiera hur det transmediala berättandet inom barn- och ungdoms-genren ser ut och hur förlagen arbetar med detta idag. Analysen ämnade även att identifiera eventuella gemensamma nämnare i de tre olika exempel och att utröna om där finns ett mönster i deras motiveringar. Innehållsanalysen innefattade även att analysera hur de olika formaten konkurrerar med eller kompletterar varandra.

De personer som har intervjuats är:

---

<sup>6</sup> Thompson, John B. (2010), *Merchants of Culture. The Publishing Industry in the Twenty-first Century*, Polity, Cambridge, ISBN 978-0-7456-4786-9, s. 5-10.

<sup>7</sup> ”Innehållsanalys”, 24 april 2019, <https://sv.wikipedia.org/wiki/Inneh%C3%A5llsanalys>, hämtad den 20 maj 2021.

<sup>8</sup> Hsieh, Hsiu-Fang och Shannon, Sarah E. (2005), ”Three Approaches to Qualitative Content Analysis”, *Qualitative Health Research*, forskningsartikel, publicerad i PubMed 1 november 2005, <https://doi.org/10.1177/1049732305276687>, hämtad 20 maj 2021.

<sup>9</sup> Hsieh, Hsiu-Fang och Shannon, Sarah E. (2005).

**Star Stable:**

Markus Olsson – Utgivningschef på Star Stable Entertainment (arbetade tidigare på Bonnier Carlsen).

**Mumin:**

Andrea Svanbäck – Marknadsföringschef på Förlaget.

## 5. Teori

### 5.1 Konvergenskultur

*Konvergenskultur* är ett begrepp som blev populariserat av Henry Jenkins, framför allt genom hans verk *Convergence Culture – Where Old and New Media Collides*.<sup>10</sup> Jenkins menar att konvergens inom mediabranschen inte bara innebär ett teknologiskt skifte utan att den även förändrar sociala och kulturella relationer. Främst menar Jenkins att en konvergenskultur är en sorts deltagarkultur, där mottagaren har i stort sett lika mycket makt som avsändaren. Jenkins säger så här: "...a world where every story, image, sound, brand, and relationship plays itself out across the widest possible array of media platforms, and where the flow of the media content is shaped as much by decisions made in teenagers' bedrooms as it is by decisions made in corporate boardrooms."<sup>11</sup> Mottagaren och konsumenten uppmuntras alltså att vara delaktig i högre grad än vad som tidigare har varit normen. Och som Jenkins även nämner, så kan konsumenterna ta del av innehåll med samma ursprung (berättelser, bilder etcetera) i flera olika medier och på olika plattformar. På detta vis möts gamla och nya medier och konvergerar tillsammans och kan förändras både till innehåll och form för att passa det nya formatet. Han menar att det har skett ett paradigmskifte, där branschen har gått från att domineras av singulära avsändare och berättarperspektiv till material som rör sig över mediegränserna och som kan konsumeras via flera olika plattformar, men även kunna bära sig självt i ett format. Kort sammanfattat kan man säga att *kulturell konvergens* påverkar sättet vi interagerar med medier och på vilket sätt vi konsumerar dessa. Denna konvergens påverkar förlagsbranschen och bokmarknaden i högsta grad, då nya medier utmanar den tryckta boken och traditionell förlagsverksamhet. Detta påverkar inte heller enbart bokförlag, utan förlag med andra nischer som till exempel musikförlag (som ger ut notböcker etcetera) utmanas även

---

<sup>10</sup> "Konvergenskultur", 14 januari 2018, <https://sv.wikipedia.org/wiki/Konvergenskultur>, hämtad 15 maj 2021.

<sup>11</sup> Jenkins, Henry (2008), "Convergence Culture", *Where Old and New Media Collides*, New York University Press, ISBN: 9780814742952.

av digitala medier. För det här arbetet studeras hur den kulturella konvergensen ter sig hos de tre exemplen som valts ut som material.

## 5.2 Transmedialt berättande

*Transmedialt berättande* och *digitalt berättande* är tätt sammanknutet med konvergenskulturen. Våra tekniska förutsättningar förändrar sättet vi förmedlar historier på, precis som den industriella utvecklingen och boktryckarkonsten förändrade berättandet och läsandet på 1400-talet.<sup>12</sup> Idag influeras berättandet av traditionellt sagoberättande, textbaserat berättande, rollspel, film, datorsimulationer och nya webbaserade plattformar.<sup>13</sup> De som forskar inom transmedialt berättande fokuserar ofta främst på hur förutsättningarna för berättande påverkas av den digitala utvecklingen och dess nya medier. Men Snickars menar att det även är intressant att undersöka relationen mellan berättande och medieform. I den här undersökningen ligger fokus framför allt på hur de olika formaten möjligtvis kompletterar varandra, eller konkurrerar med varandra och varför berättelsen ges ut i olika format.

Det talas även om *intermedialitet* vilket är snarlikt transmedialitet. Men till skillnad från transmedialitet som utgår från ett mer kulturellt perspektiv, så fokuserar intermediala studier på relationerna mellan olika medieformer för kommunikation, till exempel bild och text. De lägger större vikt vid de semiotiska faktorerna och hur olika medier används för att förmedla en berättelse.<sup>14</sup> Intermedialitet kommer därför inte analyseras närmare i det här arbetet, utan fokus ligger på ett övergripande transmedialt perspektiv.

*Adaption* är även ett begrepp som dyker upp i samband med det transmediala fenomenet. Adaption är en form av transmedialitet som enkelt förklarar innebär att en berättelse förmedlas igen i ett nytt medium men på ett annat sätt än originalet, men där karaktäristiska element från ursprungsberättelsen fortfarande finns med.<sup>15</sup> Till exempel att en roman filmatiseras eller ett datorspel blir till en tv-serie (exempelvis *The Witcher* som sänds på Netflix). Adaption är något som kommer att nämnas i undersökningen och analysen, varför det var nödvändigt att kort definiera begreppet här.

## 5.3 Bourdieus fältteori

Sociologen Pierre Bourdieu myntade ett begrepp och en beskrivning av olika sociala arenor som används av många forskare runt om i världen. Han beskrev nämligen en social arena som

---

<sup>12</sup> Steiner, Ann (2019), s. 222-225.

<sup>13</sup> Dahlberg, Leif och Snickars, Pelle (2008), s. 8.

<sup>14</sup> Elleström, Lars (2017), "The Oxford Handbook of Adaption Studies", Adaption and Intermediality, Oxford Handbooks Online, ISBN: 9780199331000, s. 1-2.

<sup>15</sup> Elleström, Lars (2017), s. 3-5.



ett fält. Ett fält där olika spelare agerar, samarbetar och konkurrerar med varandra.<sup>16</sup> Alla sociala sammanhang – ett affärsområde, en utbildningssektor, en sport – kan ses som ett eget fält där olika aktörer och organisationer både samarbetar och konkurrerar med varandra.<sup>17</sup> Men förlagsbranschen är så pass stor att det inte är ett och samma fält, utan utgörs av flera fält. Thompson beskriver det så här: "...the world of publishing is not one world but rather a plurality of worlds – or, as I shall say, a *plurality* of fields, each which has its own distinctive characteristics."<sup>18</sup> Fältprincipen är relevant att applicera på förlagsbranschen då den hjälper oss att se på de olika aktörerna med utgångspunkt i hur de relaterar till varandra och inte bara hur de fungerar som enskilda enheter.<sup>19</sup> Här kommer de så kallade kapitalen in. Thompson beskriver fem olika kapital – ekonomiskt kapital, humant kapital, socialt kapital, intellektuellt kapital och symboliskt kapital.<sup>20</sup> Ekonomiskt kapital är de finansiella tillgångar ett förlag antingen innehar eller kan tillgå via moderbolag, banklån etcetera. Humant kapital syftar till de anställda och de kunskaper de besitter. Socialt kapital innebär det nätverk och sociala kanaler ett förlag har och intellektuellt kapital är de rättigheter ett förlag innehar, till exempel rättigheter via kontrakt med författare och andra upphovspersoner. Slutligen är symboliskt kapital den ackumulerade prestige och goda rykte ett förlag kan inneha och bygga upp över tid.<sup>21</sup> Med dessa olika kapital kan förlagsfälten studeras och ge en ökad förståelse för olika typer av verksamheter och vilka kapital som är av störst vikt för dem. I det här arbetet är det främst ekonomiskt, humant och symboliskt kapital som är av relevans, vilket vidare beskrivs i undersökningen och analysen.

Den tekniska utvecklingen och nya aktörers intåg på bokmarknaden och i förlagsbranschen (exempelvis Amazon och Google) gör det omöjligt att definiera exakt hur förlagsfälten ser ut idag. Men att undersöka hur de påverkas och förändras med den kulturella konvergensen och det transmediala berättandet är mycket intressant och något som med stor sannolikhet kommer fortsätta att vara intressant att regelbundet återkomma till, i samma takt som våra tekniska förutsättningar förändras.

---

<sup>16</sup> Bourdieu, Pierre (2000), "Konstens regler", *Det litterära fältets uppkomst och struktur*, Symposium, Stockholm/Stehag, ISBN: 91-7139-116-9, s. 312-324.

<sup>17</sup> Thompson, John B. (2010), "Merchants of Culture", *The Publishing Industry in the Twenty-first Century*, Polity, Cambridge, ISBN 978-0-7456-4786-9, s.4.

<sup>18</sup> Thompson (2010), s.4.

<sup>19</sup> Thompson (2010), s.4.

<sup>20</sup> Thompson (2010), s.5.

<sup>21</sup> Thompson (2010), s.6.

## 6. Tidigare forskning

Det finns gott om tidigare forskning som behandlar ämnet konvergenskultur och transmedialt berättande. Henry Jenkins som tidigare nämnts, är bland de första man stöter på vid en sökning på ämnet och på Wikipedia kallas han ”fadern till begreppet *konvergenskultur*”. Om det är sant eller ej kan debatteras, men han är utan tvivel en framstående och betydelsefull forskare på området. Framför allt satte han begreppet på kartan med sin bok *Convergence Culture – Where Old and New Media Collides* år 2008 men har även skrivit och forskat mycket kring deltagarkultur och så kallad fan-kultur (på engelska *fan culture*).

I *The Digital Literary Sphere* har Simone Murray skrivit om hur den digitala utvecklingen påverkar den engelskspråkiga litteraturen.<sup>22</sup> Här har hon undersökt hur förutsättningar och processer för både förlag, författare och det publika litterära rummet förändras av den moderna teknologin och påpekar även vikten av att forskning kring detta behöver bedrivas ur flera olika perspektiv – inte bara litterära. Däremot går hon inte in så mycket på hur andra typer av medier och transmedialt berättande påverkar den litterära sfären, utan snuddar bara snabbt vid en del sådana fenomen.

Leif Dahlberg och Pelle Snickars har tillsammans med flera andra författare och forskare skrivit boken *Berättande i olika medier* där de undersöker hur själva berättandet påverkas av att medierna konvergerar.<sup>23</sup> Åtta olika artikelförfattare studerar hur medier har påverkat berättandet över tid, var och en ur sitt eget perspektiv.

Flera olika fallstudier av transmedialt berättande har också gjorts. Ett exempel är *Harry Potter & Convergence Culture* av Amanda Firestone och Leisa A. Clark, där de har samlat texter om hela det så kallade *Potterverse*<sup>24</sup>. Likande fallstudier finns om *Star Wars*-universumet och Marvels *Avengers* för att bara nämna några.

Med så mycket redan befintlig forskning kanske du som läsare undrar vad den här uppsatsen tillför? Till skillnad från den forskning och litteratur som hittats inför det här arbetet, där diskussionerna och analyserna spänner över ett väldigt brett kulturellt och socialt sammanhang, så utgår den här uppsatsen från bokförlagens perspektiv och hur de arbetar med det transmediala berättandet i en kultur som blir alltmer digital. Fokuset i det här fallet ligger på barn- och ungdomsförlag och de utmaningar och förutsättningar den moderna tekniken ger

---

<sup>22</sup> Murray, Simone (2018): ”The Digital Literary Sphere”, *Reading, writing, and selling books in the Internet Era*, Baltimore: John Hopkins UP, ISBN 9781421426099

<sup>23</sup> Dahlberg, Leif och Snickars, Pelle (2008)

<sup>24</sup> Se beskrivning av begrepp på s. 3.

med hänsyn till barn och ungas läsning. Arbetet ämnar även att identifiera nya aktörer som förändrar bokmarknaden och förlagsbranschens förutsättningar. Därför tas ett spel- och entertainment-bolags perspektiv med i undersökningen.

Som den tidigare forskningen visar så är konvergenskultur och transmedialt berättande ett välkänt och utbredd fenomen, och historien visar även att berättande alltid har förekommit i olika former, inte minst i medier riktade till barn (exempelvis teater, musik och böcker). Därför är det ett konstant relevant ämne att bedriva forskning kring och det bör med fördel göras ur flera olika perspektiv, precis som Murray skrev i *The Digital Literary Sphere*.

## 7. Bakgrund

Anledningen till att det är intressant att undersöka transmedialitet inom just barn- och ungdomslitteratur, grundar sig till stor del på de debatter om barn och ungas minskande läsning och bristande läsförståelse som har försiggått de senaste åren. I PISA-rapporten som kom 2013 presenterades siffror över 15-åringars läsförståelse som placerade Sverige långt under genomsnittet.<sup>25</sup> Sedan dess har åtskilliga insatser i skolväsen och andra utbildningssektorer satts in och den så kallade läsedebatten, som har pågått kontinuerligt under många år, har blivit mer aktuell än någonsin.

Under en lång tid har det diskuterats hur den digitala utvecklingen hotar de fysiska böckerna, men även hur de konkurrerar ut läsningen. Spel och sociala medier tävlar exempelvis dagligen om barn och ungas uppmärksamhet och vinner oftast över boken. Men i en undersökning som Nielsen's Children's Book Summit presenterade 2014, så läser barn och unga mer än någonsin. Bokmarknaden för barn hade vid den här tiden vuxit med 44 procent de senaste tio åren (medan motsvarande siffror för vuxna hade minskat) och försäljningen av barnböcker hade ökat över alla kategorier. 67 procent av tonåringarna sa att de läser för nöjes skull och 50 procent sa att de föredrar fysiska böcker.<sup>26</sup> År 2014 var också ett väldigt starkt år inom barn- och ungdomslitteraturen, då flera stora och framgångsrika serier hade nyutgivning. Några exempel är Harry Potter, Twilight, Hunger Games och Divergent.

---

<sup>25</sup> Bengtsson, Per, 18 december 2013, "Sverige långt under Pisa-snittet i läsning", <https://www.lararen.se/grundskollararen/svenska-so-sprak/sverige-langt-under-pisa-snittet-i-lasning>, hämtad 2021-05-21.

<sup>26</sup> Larsson, Anna, 27 december 2014, "Föreställningar och fakta om barns och ungdomars läsning", <https://www.boktugg.se/2014/12/27/forestillinger-och-fakta-om-barns-och-ungdomars-lasning/>, hämtad den 21 maj 2021.

Observera att alla dessa använder sig av transmedialt berättande. Har de alternativa formaten skapat en lust att läsa mer av det som erbjuds i dessa serier?

Utvecklingen idag sker i rask takt och bokbranschen (förlag, agenturer, bokförsäljare, upphovspersoner etcetera) måste följa med i den. När konsumenternas, i den här undersökningens fall – barnens – läsbeteende och konsumtion av media förändras måste även bokmarknadens aktörer förändra sina strategier. I stället för att se på den digitala utvecklingen som ett hot mot den tryckta boken så behöver fokuset i stället ligga på vilka möjligheter den nya tekniken kan ge. Att kunna berätta en historia i flera olika medier, där varje format är unikt och erbjuder sin egen upplevelse, ger nya möjligheter för berättande och fler sätt att nå ut till läsarna och konsumenterna. Därför är det intressant att undersöka hur barn- och ungdomsförlag och producenter arbetar med transmedialt berättande idag.

## 8. Undersökning

Undersökningen bestod, som beskrevs i avsnitt 4, av två faser: Insamling av information och analys av information. I det här avsnittet presenteras det resultat som insamlingen av information gett.

### 8.1 Vi på Saltkråkan

Det första exemplet som undersökningen baseras på, *Vi på Saltkråkan* av Astrid Lindgren, skrevs ursprungligen enbart för tv och sändes som en serie 1964. Efter att tv-serien gjort succé kom den även ut i bokform. Den är på många sätt en klenod och som så mycket av det Astrid Lindgren har skapat, och nästan lite heligt för många. Många år senare, närmre bestämt 2019, släppte Rabén och Sjögren den första delen i en ny satsning – *Saltkråkan* i bilderboksformat, illustrerade av en av Sveriges främsta barnboksillustratörer, Maria Nilsson Thore. I skrivandets stund har det hunnit bli tre delar, *Ett litet djur åt Pelle*, *Far ända in i baljan* och *Pelle hittar en önskesten*. Och, kanske som i ett led av nysatsningen hos Rabén och Sjögren, så har SVT nyligen beslutat sig för att spela in en ny, modern version av tv-serien.<sup>27</sup> Här är alltså tv-formatet och två olika bokformat aktuella.

Nostalgi finns nog hos många när de tänker tillbaka på tv-serien där vi fick följa med Tjorven och Båtsman till den lilla ön Saltkråkan ute i Stockholms skärgård. Och nostalgi är

---

<sup>27</sup> Wrede, Hedvig, 22 april 2021, "Nyinspelning av Vi på Saltkråkan – ska utspela sig i nutid", <https://www.svt.se/kultur/nyinspelning-av-vi-pa-saltkrakan-utspelar-sig-i-nutid>, hämtad 12 maj 2021.

också något man känner när man ser de nya bilderböckerna om Saltkråkan, se figur 1. Men det har gått många år mellan att den första boken av Astrid Lindgren kom ut i slutet av 60-talet, tills att dessa nya bokformat kom ut. Visserligen har originalboken hållits i tryck i alla år, men nu ville förlaget Rabén & Sjögren alltså satsa på ytterligare ett format. I bilderböckerna har delar av Lindgrens text valts ut till var och en och här får bilderna förmedla lika mycket av berättelsen som själva texten. Det är nog vältajmat av förlaget att ge ut dessa böcker nu, då generationerna som vuxit upp med originalet antingen är mor- och farföräldrar eller, för de som är födda lite senare, själva har barn i bilderboks-åldern. Förlaget riktar sig då egentligen främst till de vuxna med nostalgiska känslor kopplade till berättelsen och erbjuder dem ett nytt format i vilket de kan förmedla den vidare till en yngre generation.

Astrid Lindgrens verk innehar även ett stort symboliskt kapital, vilket innebär att hennes böcker är associerade med prestige och status i bokbranschen och bland de som läser och köper barnböcker.<sup>28</sup> Verken kan anses tillhöra en sorts finkultur bland barnböcker och många av dagens vuxna barnboksköpare/läsare anser möjligtvis att de är ”bättre” än nya barnböcker som ges ut idag. Detta leder i sin tur att de vill föra vidare det som de anser vara kvalitetslitteratur till yngre generationer, vilket ligger till förlagens och bokförsäljarnas fördel. Den här aspekten är också en stor del i att klassiker som Vi på Saltkråkan lever kvar i tryck år efter år.

Att SVT beslutat sig för att göra en nyproduktion av tv-serien antyder på samma motivation som Rabén & Sjögren har. Att de vill förmedla originalberättelsen på nytt, men anpassad till barn i dag och att själva kärnan i berättelsen är relaterbar även i dagens samhälle. Detta kommer säkerligen ge upphov till en ökad konsumtion av originalböckerna och en större produktion av andra Saltkråkan-relaterade produkter. Här är det egentligen bara för förlaget att följa med den nya vågen och med ett samarbete med SVT förhoppningsvis kunna erbjuda läsarna och andra mediekonsumenter utökade upplevelser av berättelsen.

---

<sup>28</sup> Thompson (2010), s. 6.



**Figur 1.** De tre utkomna bilderböckerna i Rabén & Sjögrens Saltkråkan-serie. Omslagsbilder: Maria Nilsson Thore. Formgivning: Pia Hinnerud.

## 8.2 Star Stable

Det andra exemplet är datorspelet *Star Stable Online* (ofta förkortat SSO) och bokserien *Ödesryttarna* av Helena Dahlgren, samt andra tryckta format av berättelsen utgivna av Bonnier Carlsen. Alla dessa format grundar sig på samma ursprungsberättelse som började som ett CD-romspel år 2005. *Star Stable Online* är ett av världens största MMORPG-spel (Massive Multiplayer Online Role Playing Game) och hade egentligen sin början hos bokklubbs-förlaget *Stabenfeldt* i Malmö när de år 2005 gav ut en serie CD-romspel i sin bokklubb *Pollux* (som idag heter *Penny & Friends*). Spelet, som då hette *Starshine Legacy*, bestod av fyra delar och producerades av *Hidden Entertainment* och *Pixel Tales* för *Pollux*klubbens räkning.<sup>29</sup> 2010 grundades *Star Stable Entertainment AB* i Stockholm och 2011 skapades spelet *Star Stable Online*. Några år senare, 2015, köpte *Star Stable Entertainment* upp *Pixel Tales*, som hittills utvecklat spelet på licens. Sedan dess har det släppts en mängd sidomaterial, bland annat musik, en serietidning, magasin, en handbok till spelet och år 2018 släppte Bonnier Carlsen, i samarbete med *Star Stable Entertainment* och författaren Helena Dahlgren, den första delen i boktrilogin om *Ödesryttarna – Jorvik kallar*. Utöver trilogin har de även gett ut novellsamlingar (även de skrivna av Helena Dahlgren) och ytterligare en trilogi har påbörjats. Till sommaren, juni 2021, släpps även en grafisk roman baserad på spelet. *Star Stable*-världen finns sedan början av 2021 även som en animerad serie på YouTube, där internationella skådespelare har gjort rösterna. Det är med andra ord en enorm värld som spänner över många olika medier, men som ändå grundar sig på samma

<sup>29</sup> ”SSO – Allt om *Star Stable* och *Starshine*”, <https://jorvikikipedia.fandom.com/sv/wiki/Startsida>, hämtat 6 maj 2021.

ursprungsberättelse. Det handlar om fyra starka och modiga tjejer, vars öden förs samman genom deras band till sina hästar och magin på ön *Jorvik* där allt utspelar sig. Tillsammans kämpar de för att skydda ön och besegra de onda krafter som försöker förstöra den.

Även om varumärket Star Stable har funnits i över tio år, så är det främst de senaste åren som företaget Star Stable Entertainment har börjat bredda sin utgivning och nå en större målgrupp. Bokserien om Ödesryttarna, se figur 2, var en del av detta (och finns nu snart på elva språk<sup>30</sup>) och det var nog ingen slump att det kort därefter började dyka upp andra format som till exempel den animerade YouTube-serien Star Stable: Mistfall som nämndes tidigare. De olika formaten har alla sin egen nisch. Online-spelet är förstås själva grundpelaren i det hela, eftersom det var där det började. Men de andra formaten erbjuder utökade upplevelser på olika sätt. I mobilspelet *Star Stable Horses* kan man föda upp sina egna hästar för att sedan importera in dem i online-spelet. I YouTube-serien Mistfall bygger det på samma koncept som spelets grundberättelse, men här får man i stället följa andra karaktärer i en avgränsad del av *Jorvik*. Den här berättelsen bygger på mycket av det som spelarna av online-spelet får lära sig om Mistfall, men här erbjuds en fördjupning av denna del av ön och dess magiska historia.

Som ett led i undersökningen av Star Stable och de olika format som själva berättelsen finns i, så intervjuades Star Stable Entertainments Utgivningschef, Marcus Olsson. Han har tidigare arbetat på Bonnier Carlsen men är nu ansvarig för Star Stable Entertainments olika utgivningar. Han berättade att företaget just nu är mitt uppe i en resa från spelföretag till entertainmentbolag, där de förutom spel även producerar musik med egna artister, animerade serier som Mistfall och såklart böckerna om Ödesryttarna.<sup>31</sup> Drivkraften bakom att satsa på just en bokserie baserat på spelet var både kommersiellt och ideellt. De såg att mediekonsumenter har en vilja och önskan om att få gå in i fiktiva världar på olika sätt. Här nämner Olsson Lego, Marvel och Harry Potter som andra exempel på detta. Spelet Star Stable Online har ett väldigt engagerat community som brinner för spelet och med böckerna kan de erbjuda dem en möjlighet att fördjupa upplevelsen av både världen och dess karaktärer. Men Olsson tillägger att det även är ett sätt att förstärka varumärket Star Stable och nå en större publik på olika plattformar. En stark berättelse har alltid funnits där som grund, redan i föregångaren Starshine Legacy, och att få förmedla den är en stark drivkraft hos företaget. Olsson säger att "...Star Stable Entertainments vision som företag, är att skapa utrymmen (må det vara en kreativ plattform, arbetsplats eller en magisk plats) för tjejer på deras egna

---

<sup>30</sup> Olsson, Marcus, 6 maj 2021, Intervju (hela intervjun finns i uppsatsförfattarens ägo).

<sup>31</sup> Olsson, Marcus, 6 maj 2021.

villkor.”<sup>32</sup> Berättelserna innehåller även teman och budskap, exempelvis vänskap, motgångar och sorg och beskyddande av naturen, som de hoppas ska inspirera och stärka läsarna. Utöver det så är förhoppningen även att locka målgruppen till läsning och en möjlighet till att förstärka sitt språk.<sup>33</sup>

Att förmedla samma berättelse i flera medier och format ställer olika krav och det finns inget enkelt svar på vilka ingredienser som är viktigast att få med. Allt beror på vilket formatet är, vilken målgrupp man har och vad man vill uppnå. Men att kärnan av berättelsen flyter genom alla formaten är viktigt, att där finns en igenkänning av både karaktärerna och världen. Men sen ger böcker en möjlighet till fördjupning på flera olika håll, som visuella medier inte ger utrymme för på samma sätt. Här kan man i stället fokusera mer på till exempel karaktärernas inre liv, känslor och tankar.<sup>34</sup> Ulrika Caperius, förläggare på Bonnier Carlsen, nämnde under Hästbokdagen (som anordnades i Zoom den 22 april, 2021) att de även ville få fram det vardagliga i att ha häst.<sup>35</sup> Något som även författaren Helena Dahlgren tyckte var väldigt viktigt.<sup>36</sup> Att skriva om stallmys och beskriva de sysslorna som alla hästtjejer känner igen sig i är en viktig del i att förmedla kärleken för sin häst, men även rädslor och oro är något som förstärker bilden av livet med hästar. Oavsett om man bor på en magisk ö eller inte. De vardagliga sysslorna är även något som utgör en stor del av spelet, där man tar hand om sina egna hästar, matar, borstar och tränar dem, och det var därför naturligt att det förmedlades även i böckerna.

I Star Stable's fall blir det tydligt att berättande i olika format kan komplettera varandra. Detta håller även Olsson med om och säger också att han tror att olika format är bra för att nå ut till så många som möjligt.<sup>37</sup> Däremot kan en risk vara att det är mer resurskrävande och kräver bra samarbete mellan de olika inblandade parterna. Men Olsson tror att så länge man inte försöker berätta exakt samma berättelse i varje format och media, utan hittar en balans där man kan utgå från samma grund men sedan utvecklar berättelsen i olika riktningar, så är de olika formaten och det transmediala berättandet bara till en fördel.<sup>38</sup>

Bokserien om Ödesryttarna visar på ett lyckat samarbete mellan ett entertainmentbolag

---

<sup>32</sup> Olsson, Marcus, 6 maj 2021.

<sup>33</sup> Olsson, Marcus, 6 maj 2021.

<sup>34</sup> Olsson, Marcus, 6 maj 2021.

<sup>35</sup> Caperius, Ulrika, 22 april 2021, ”En dag om hästböcker”, en konferens anordnad av Svenska Barnboksinstitutet och Linnéuniversitetet, en del av programmet finns här: [https://www.barnboksinstitutet.se/sbi-play/sbi-play-en-dag-om-hastbocker/?fbclid=IwAR3KRgJCIB9v1\\_nDiNP5aLjGX73oPOW69\\_hbp3PSdEMXoUeMPLwmy7YF98](https://www.barnboksinstitutet.se/sbi-play/sbi-play-en-dag-om-hastbocker/?fbclid=IwAR3KRgJCIB9v1_nDiNP5aLjGX73oPOW69_hbp3PSdEMXoUeMPLwmy7YF98), hämtad 25 maj 2021.

<sup>36</sup> Caperius, Ulrika, 22 april 2021.

<sup>37</sup> Olsson, Marcus, 6 maj 2021.

<sup>38</sup> Olsson, Marcus, 6 maj 2021.



och ett bokförlag. I det här fallet var det Star Stable Entertainment som tog initiativ till böckerna, men uppsökte ett bokförlag med stor erfarenhet och kompetens, i det här fallet Bonnier Carlsen, för att sedan skapa böcker av hög kvalitet och som har mottagits väldigt väl i många länder. Det visar på att förlag i dag behöver vara lyhörda för vad medieproducenter runt omkring gör, och hitta nya sätt att samarbeta med olika aktörer utanför den litterära sfären.



**Figur 2.** Star Stable Entertainments och Bonnier Carlsons första boktrilogi om Ödesryttarna. Omslagsbilder: Marie Beschorner. Formgivning: Malin Gustavsson.

### 8.3. Mumin

Det tredje och sista exemplet för den här undersökningen är *Mumin* av Tove Jansson. År 1945 publicerade förlaget Söderström & Co den första Muminberättelsen – *Småtrollen och den stora översvämningen*. 1952 kom den första bilderboken om Mumin och två år senare började en av världens största dagstidningar, *Londons The Evening News*, publicera Mumin i serieform. I samband med detta började även de första Muminprodukterna komma ut på marknaden och denna licensiering har bara ökat med åren. Det dröjde inte heller länge förrän det började dyka upp teater- och tv-adaptioner i bland annat Tyskland och Sverige. Sedan dess har Mumin sänts i serieform på svensk tv och en temapark och utställning finns i Finland. 2019 hade den animerade serien, *Mumindalen*, premiär i flera länder, där moderna 3D- och 2D-animeringar kombinerats. Mumin är också väldigt populär i Japan sedan länge. 1969 producerade japanska *Fuji TV Zuiyo Enterprises* en animerad serie av Mumin vilken gjorde succé i landet. Och 2019 öppnades temaparken *Moominvalley* i närheten av Tokyo, vilket visar att Mumin är fortsatt väldigt omtyckt i landet. Bonnier Carlsen har även en ny utgivning

av Mumin i bilderboksformat med nya illustrationer av bland annat Filippa Widlund. Samtidigt tog finlandssvenska *Förlaget* över utgivningen av originalböckerna år 2019 och 2020 firade Mumin 75 år, vilket bland annat uppmärksammades med kampanjen #vårthav för att rädda Östersjön. Något Tove Jansson var engagerad i.

Muminberättelserna har alltså redan från början funnits i flera olika adaptationer och format. Både som text, bild och animationer av olika slag. Något med berättelserna och karaktärerna tycks lämpa sig extra bra för transmedialt berättande. Andrea Svanbäck, Marknadsföringschef på Förlaget, säger så här om varför hon tror att Mumin fungerar så väl: ”Muminböckerna tangerar grundläggande, mänskliga värderingar som vänskap, familj, miljö och kärlek. Ämnen som människor vill samlas kring och finner viktiga i sina liv.”<sup>39</sup>

Mumin och muminvärlden har varit en stor produktion under många år och i många länder, men de senaste åren tycks den ha fått ett ytterligare uppsving och ökat fokus. En stor anledning till detta är förmodligen 75-årsjubileumet av den första Muminberättelsen som firades 2020, och att förlag och producenter har sett detta som en möjlighet att återaktualisera berättelserna ytterligare och såklart en möjlighet att tjäna pengar. Bonnier Carlsen, som de senaste åren har samarbetat med *Moomin Characters* (som förvaltar Muminrättigheterna) har bland annat gett ut *Mumintrollen och havsorkestern* och *Mumintrollen på hattifnattarnas ö*, se figur 3, i nyutgåvor och skriver på sin hemsida i mars 2020 att de hoppas på att de ska locka nya läsare till Mumindalen, men även öppna dörren till originalböckerna.<sup>40</sup> Dessa två berättelser valdes för att speciellt uppmärksamma havet, som var ständigt närvarande i både Muminböckerna och Tove Janssons liv. Sophia Jansson, brorsdotter till Tove Jansson och konstnärlig ledare för Moomin Characters säger så här om nyutgåvorna: ”Det är ett fantastiskt samarbete! Det är en ynnest att få jobba med så duktiga och engagerade personer som vill skapa vackra böcker. Vi är väldigt glada för de två nytolkningarna som tagit fasta på historier från muminsviten som handlar om havet.”<sup>41</sup> Och som tidigare nämnts så anordnas även kampanjen #vårthav i samband med 75-årsjubileumet, till förmån för det förorenade Östersjön.

Som bekant har Mumin sänts som tv-serie tidigare och 2014 kom den 2D animerade<sup>42</sup>

---

<sup>39</sup> Svanbäck, Andrea, 17 maj 2021, Intervju (hela intervjun finns i uppsatsförfattarens ägo).

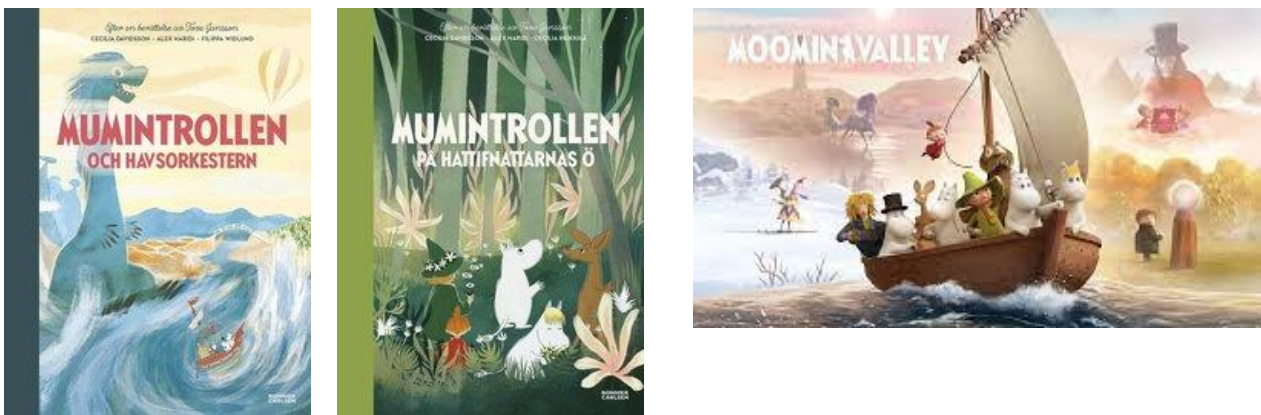
<sup>40</sup> Bonnier Carlsen, 6 juni 2020, ”Mumin fyller 75 – Bonnier Carlsen bidrar till Östersjökampanj”, <https://www.bonniercarlsen.se/nyheter/mumin-fyller-75-bonnier-carlsen-bidrar-till-ostersjokampanj/>, hämtad den 17 maj 2021.

<sup>41</sup> Bonnier Carlsen, 6 juni 2020.

<sup>42</sup> 2D-animering innebär att själva animeringarna är tecknade för hand, bildruta för bildruta, precis som de gamla Disney-filmerna. Till skillnad från 3D-animering där man först modellerar upp karaktärer och föremål i datorprogram och som sedan animeras. Författarens not.

filmen *Muminfamiljen på Rivieran* ut. Men 2019 släpptes en av de största satsningarna i Mumins historia, den nya tv-serien – Mumindalen (Moominvalley på engelska), se figur 3. Här är det visuella uttrycket modernt och kombinerar måleriska bakgrunder med 3D animationer. Och det var ingen liten produktion. Serien har regisserats av ingen mindre än Oscarsbelönade Steve Box, som bland annat har gjort *Wallace & Gromit – Varulvskaninens förbannelse*, och varje avsnitt innehåller musik från internationella toppartister (bland annat svenska duon *First Aid Kit*).<sup>43</sup> Det råder alltså ingen tvekan om att Mumin fortfarande är mycket populär i många länder och det är inte bara bokförlagen som vill ha en del av kakan.

Men till skillnad från det tidigare exemplet där ett förlag samarbetade med ett entertainmentbolag, så har dessa olika produktioner av Mumin skett separat. Här utgår allt från Moomin Characters, med Sophia Jansson och hennes team som styr till vilka format som rättigheterna får säljas. Svanbäck tror att de många olika formaten enbart är till en fördel och stöder varandra. Hon säger också att Mumin tilltalar läsare i alla olika åldrar och livsskeden, vilket också kan vara till fördel vid skapande av berättelser i olika format.<sup>44</sup>



**Figur 3.** Bonnier Carlsens två bilderboksutgivningar i samband med 75-årsjubileumet, bokomslag: Filippa Widlund, samt en bild från den animerade filmen Moominvalley, illustration: Gutsy Animation.

## 9. Analys

Innehållsanalysen har delats in i tre kategorier utifrån de frågeställningar som ligger till grund för undersökningen och de svar som fåtts i intervjuerna.

<sup>43</sup> Moomin, ”Mumindalen – den nya tv-serien om muminfamiljen”, <https://www.moomin.com/sv/moominvalley/>, hämtad den 12 maj 2021.

<sup>44</sup> Svanbäck, Andrea, 17 maj 2021.

## 9.1 Drivkrafter

Undersökningen visar framför allt två tydliga drivkrafter bakom de olika formaten och utgivningarna – att nå nya målgrupper och att fördjupa konsumenternas upplevelse av berättelsen och dess värld. Genom att erbjuda olika typer av berättande på flera olika plattformar kan båda dessa åstadkommas. Precis som Jenkins sa, så innebär mediekonvergensen att vi befinner oss i en medial värld där varje berättelse, bild, ljud, varumärke och förhållande utspelar sig på en uppsjö av olika plattformar, vilket tydligt syns hos dessa tre exempel.<sup>45</sup> Och som Olsson beskrev så speglas detta i en vilja hos konsumenterna, att kunna gå in i fiktiva världar genom olika plattformar och medier.<sup>46</sup> En ytterligare drivkraft är även att återaktualisera ett äldre verk, som kan ske i samband med att ett nytt format ges ut baserat på originalverket.

Det här tvingar bokförlagen och andra aktörer på bokmarknaden att tänka om och omvärdera hur dagens barn vill konsumera berättelser. Viljan att hitta nya målgrupper och erbjuda en fördjupad upplevelse visar på en förståelse för den bransch vi befinner oss i nu, att gränserna mellan olika medieproducenter suddas ut. Processerna förändras i den bemärkelse att man från början ser på en berättelse som en värld, där olika format kan erbjuda olika upplevelser av berättelsen. Förlag kommer kanske i framtiden, och många gör det nog redan, att från start när de får in ett nytt manus anpassa berättelsen till olika format och då samarbeta med produktionsbolag med andra bakgrunder och kompetenser.

De här drivkrafterna är också ett naturligt resultat av den tekniska utvecklingen. Många bokförlag var rädda när e-boken först lanserades och trodde att det var slutet för den tryckta boken. Men så blev det inte och det visade sig att e-boken, som så många andra tekniska lösningar, var en naturlig del av vår utveckling. Ljudboken har också tagit förlagsbranschen med storm och möblerat om i många förlags processer och strategier. Många förlag är dessutom redan produktionsbolag på grund av detta. Ljudboken var också ett sätt för många bokförlag att nå ut till nya målgrupper, de som inte var frekventa läsare av tryckta böcker. I och med ljudboken öppnades nu den litterära världen upp sig för den här gruppen av människor, och på samma sätt så kan andra plattformar erbjuda detsamma.

En ytterligare drivkraft bakom berättelser i nya format är även att hitta nya sätt att locka barn till läsning. Läsdebatten som pågått de senaste åren, och som bygger på rapporter som

---

<sup>45</sup> Jenkins, Henry (2008).

<sup>46</sup> Olsson, Marcus, 6 maj 2021.

larmar om barns minskade läsning och sjunkande läsförståelse är en stor anledning till detta.<sup>47</sup> En central fråga i debatten har varit hur vi får barn och unga att läsa utan att det enbart förknippas med skola och läxor.<sup>48</sup> Eller som Sölve Dahlgren även skriver i sin artikel på Boktugg i september 2020: "...nyckelfrågan är hur vi lockar barn (och ett stort antal vuxna) att läsa mer, inte hur vi tvingar/säkerställer det."<sup>49</sup> Här kommer också frågan om vad som räknas som läsning in. Måste barnet läsa en tryckt bok, eller som några kallar det – en riktig bok – eller är läsning i andra format lika bra? De vuxna som idag debatterar om barns läsning har vuxit upp med tryckta böcker. Under en lång tid var det, det främsta formatet att ta del av texter. Inga mobilappar eller spel fanns som kunde konkurrera med böckerna. Men dagens barn har haft tillgång till dessa appar och spel sedan de föddes. För dem är de lika vardagliga format som boken var för deras föräldrar när de var små. Så att förlagen och andra produktionsbolag hittar nya sätt och nya format att förmedla berättelser genom, är en central del i att locka dagens barn och unga till en ökad läsning. Uttrycket "all läsning är bra läsning" är passande i dagens läsklimat och om ett datorspel som Star Stable Online dessutom kan locka sina spelare till att läsa "riktiga" böcker så har man kanske hittat en väg framåt. Det mest hållbara måste trots allt vara att få barnen att läsa på eget initiativ, utan föräldrars eller lärarens tjat och uppmaningar. Och att de läser för att de tycker det är kul, för att de är nyfikna på berättelsen och dess karaktärer och inte för att det är ett krav för att få godkänt i skolan.

Samtidigt ska man inte sticka under stolen att förlag är affärsverksamheter som måste gå med vinst för att överleva. Så naturligtvis är en grundläggande drivkraft hos alla bokförlag och att hitta nya sätt att tjäna pengar, när den tryckta boken inte längre genererar den inkomst den en gång gjorde.

## **9.2 Format och målgrupper**

De tre exemplen i det här arbetet gör det tydligt att formaten kan komplettera varandra och locka nya målgrupper till respektive format. Star Stable Online kan till exempel locka datorspelare barn och ungdomar till litteraturen och tv-serien Mumindalen kan locka nya läsare till originalböckerna. Förutsatt att man inte försöker förmedla exakt samma version av berättelsen i varje format, som Marcus Olsson var inne på.<sup>50</sup> Att ha flera olika format tillgängliga ger en möjlighet att utforska en berättelse på flera olika sätt, precis som har

---

<sup>47</sup> Dahlgren, Sölve, 19 september 2020, "Barns läsning: Den viktigaste meningen i larmrapport-rapporten", Boktugg, <https://www.boktugg.se/2020/09/19/barns-lasning-den-viktigaste-meningen-i-larmrapport-rapporten/>, hämtad den 18 maj 2021.

<sup>48</sup> Dahlgren, Sölve, 19 september 2020.

<sup>49</sup> Dahlgren, Sölve, 19 september 2020.

<sup>50</sup> Olsson, Marcus, 6 maj 2021.

nämnts tidigare. Den tryckta boken ger mer utrymme att utforska känslor och tankar, och kan ge en ökad förståelse och anknytning till karaktärerna, medan till exempel en tv-serie kan fokusera mer på visuella skildringar av karaktärernas liv och miljö. Det blir på ett vis en komplett upplevelse för alla sinnen som inte enbart en bok kan ge.

Men på samma gång som det transmediala berättandet erbjuder förlag och andra aktörer att expandera till flera olika plattformar, så medför det också en risk att konsumenterna väljer bort ett eller flera format. Rädslan hos många bokförlag kan vara att läsare lämnar den tryckta boken för mer lättillgänglig media, som exempelvis rörlig bild, och inte kommer tillbaka. Och så kan det mycket väl vara. Men förhoppningsvis är det så, att lika många som lämnar böckerna för annan media, lika många hittar till böckerna *tack vare* annan media. Att det blir en balans och att konsumenter rör sig över gränserna lättare och mer än tidigare.

Undersökningen visar att det är viktigt för bokförlagen att inte vara rädda för nya medier och plattformar. Att själva berättandet finns kvar, i en form eller flera, är ändå det viktigaste. Som Olsson på Star Stable Entertainment säger, ”Det här tror jag att vi kommer att se mer av, eftersom förlag och förlagsmänniskor brinner för berättande och böcker och alltid kommer att leta efter nya sätt att nå läsare genom att experimentera med nya format, författarskap och samarbeten för att hitta relevanta berättelser och ämnen.”<sup>51</sup> För barn- och ungdomslitteraturen är det förmodligen också extra viktigt att följa med i barnens intressen och locka till läsning och annan konsumtion av berättelser genom att producera material för plattformar de redan använder och tycker om. Att skapa världar där de olika formaten skapar en läslust och kanske till och med ett läsbehov. Dahlgren uttrycker det bra apropå läsdebatten om barns läsning: ”Kanske kokar det ner till hur vi skapar ett behov av att läsa. Där vi inte har läsplikt utan läslust och kanske rentav ett läsbehov [...] Och då spelar det faktiskt ingen roll om det är en text på en skärm eller papper.”<sup>52</sup>

### **9.3 Nya aktörer på bokmarknaden**

Redan e-boken och framför allt ljudboken gav möjlighet för nya aktörer att ta sig in på marknaden jämfört med hur det såg ut för ett par decennier sedan. Och det syns tydligt att det transmediala berättandet utökar dessa möjligheter ytterligare. I bara de tre exemplen i det här arbetet så ser vi både spelbolag, filmproducenter och musikproducenter som är inne på bokförlagsbranschens spelfält. Men i barn- och ungdomslitteraturen och annan media riktad till barn och unga så har det egentligen under en lång tid cirkulerat många olika aktörer, inte

---

<sup>51</sup> Olsson, Marcus, 6 maj 2021.

<sup>52</sup> Dahlgren, Sölve, 19 september 2020.

bara traditionella bokförlag. Adaptioner av en berättelse i form av barnteater och barnprogram bjuder exempelvis in skådespelare och programledare i förlagsbranschen. Och inte minst den kommers som blivit av produktion av leksaker och kläder baserat på berättelser, där i många fall även förlagen själva säljer produkterna.

Men de mest framträdande nya aktörerna på dagens bokmarknad är troligtvis teknikbolagen, som tack vare den digitala utvecklingen har kunnat ta sig in i en bransch som tidigare legat långt ifrån deras egen verksamhet. Spelbolag är det mest tydliga, där man förutom Star Stable Entertainment även ser Minecraft och Lego, och såklart giganter som Amazon och Google. Även app-utvecklare syns alltmer, där e-boken och spelvärlden på ett vis möts genom så kallat *interaktivt läsande*.

Något som troligtvis kommer att bli allt vanligare är så kallade entertainmentbolag, precis som Star Stable Entertainment är på väg att bli. Där både textproducenter, visuella producenter och ljudproducenter finns under samma tak. Men det är tydligt att fälten inom förlagsbranschen och på bokmarknaden är under en konstant förändring, och man kan se hur aktörer med olika bakgrunder drar nytta av sina särskilda kapital.<sup>53</sup> Exempelvis så vände sig Star Stable Entertainment till Bonnier Carlsen inför utgivningen av bokserien om Ödesryttarna, eftersom Bonnier Carlsen innehar ett stort humant kapital (alltså de anställdas kunskaper och erfarenheter) inom traditionell bokutgivning. I sin tur innehar Star Stable Entertainment ett humant kapital inom digital utveckling som inte Bonnier Carlsen har, och på det här sättet så möts två fält och flyter samman.

Det är även tydligt att symboliska kapital är av stor vikt vid framför allt nyutgivningar och adaptioner av äldre verk. Det tillåter aktörer utanför förlagsfältet att dra nytta av den plats som ett verk med stort symboliskt kapital redan har på marknaden, vilket gör det lättare att lansera ursprungsberättelsen i nya format och på nya plattformar.

Ekonomiskt kapital är förstås också något som är en stor faktor i den här utvecklingen, och en stor anledning till att teknikjättar som Amazon och Google har tagit sig in på bokmarknaden. Just dessa två hade redan de tekniska kunskaper som krävdes och med en bokmarknad som utvecklas alltmer åt det digitala hållet, kunde de tack vara sina starka ekonomiska kapital ta sig in på ett spelfält där de inte tidigare varit.<sup>54</sup>

Två av de här kapitälerna, ekonomiskt och symboliskt, är enligt Thompson de viktigaste för ett förlag (eller i det här fallet en utgivande verksamhet av ett eller flera format) och det

---

<sup>53</sup> Thompson, John B. (2010), s. 4-8.

<sup>54</sup> Steiner, Ann (2019), *Litteraturen i mediasamhället*, Studentlitteratur, Lund, ISBN: 9789144127835

som avgör deras konkurrenskraft på marknaden.<sup>55</sup> Detta gör att mindre förlag och producenter, som inte innehar lika mycket av dessa kapital, kan få det tufft att överleva. Men som Thompson även skriver, så är förlagsbranschen komplex och en brist på ett av dessa kapital inte nödvändigtvis behöver innebära undergång. Ett mindre nischat förlag med ett lågt ekonomiskt kapital kan i stället inneha ett mycket stort symboliskt kapital, och klara sig tack vare detta. Thompson skriver att dessa nischade förlag kan bygga upp ett så pass stort symboliskt kapital och gott rykte i sin domän att de har kraft nog att ”punch above its weight”.<sup>56</sup> Framför allt kommer det här troligtvis att yttra sig genom att mindre förlag med nischade utgivningar kommer fortsätta att bedriva en mer traditionell förlagsverksamhet, som till exempel Förlagets originalutgivning av muminsviten, medan utgivare med stort ekonomiskt kapital har möjligheten att expandera till nya fält och prova nya format och sätt att förmedla berättelser.

## 10. Sammanfattning och avslutande diskussion

I den här uppsatsen har tre exempel på transmediala berättelser studerats och analyserats. Exempelen har varit Vi på Saltkråkan, Star Stable och Mumin. Arbetet har utgått från syftet att undersöka hur förlag och producenter nischade mot barn- och ungdomslitteratur arbetar med transmedialitet idag och hur förlagsfältet förändras på grund av detta fenomen. Observationer av dagens marknad och de olika exemplens historia har gjorts, i kombination med att två personer bakom två av utgivningarna, Star Stable och Mumin, har intervjuats.

Undersökningen och analysen har svarat på de grundläggande frågeställningarna kring drivkrafter och motivation bakom transmedialt berättande, hur olika format kompletterar/konkurrerar med varandra samt vilka nya aktörer som syns på bokmarknaden idag, utöver de traditionella bokförlagen.

Jenkins sa att mediekonvergensen innebar ett paradigmskifte, där sättet vi interagerar med medier förändras, vilket den här undersökningen har bekräftat.<sup>57</sup> Konsumenternas beteende och läsvanor förändras i och med nya digitala och tekniska uppfinningar. Vidare har analysen visat hur bokförlagen påverkas av den teknologiska utvecklingen, hur de tvingas

---

<sup>55</sup> Thompson (2010), s. 9.

<sup>56</sup> Thompson (2010), s. 9.

<sup>57</sup> Jenkins, Henry (2008).



adaptera sin utgivning och hur olika utmaningar med teknologin (till exempel hur digitala plattformar konkurrerar med barns läsning) uppmanar bokförlag, och även andra medieproducenter, att hitta nya sätt att förmedla historier. Det är av stor vikt för bokförlagen att hänga med i den digitala utvecklingen, inte minst barn- och ungdomsnischade förlag då deras målgrupp är den allra främsta konsumenten av ny media. Analysen påvisar en medvetenhet om detta hos de tre exempelförlagen/producenterna, där de ständigt arbetar med att hitta nya sätt att förmedla berättelser. Utvecklingen visar även på att där finns en vilja hos konsumenten att kunna ta del av en berättelse i flera olika format, precis som Olsson beskrev.<sup>58</sup> Alla tre transmediala berättelser i den här undersökningen är ett bevis på detta, främst är Star Stable och Mumin framträdande. I Rabén & Sjögrens fall med utgivningen av Vi på Saltkråkan i bilderboksformat, lutar de sig mer mot de symboliska kapital som berättelsen innehar. Här rör det sig inte lika mycket om att erbjuda en utökad upplevelse av berättelsen, utan snarare att återuppväcka verken och hitta nya läsare. Man kan säga att dagens barn- och ungdomsutgivning framför allt lutar sig på två ben – återutgivning av äldre verk med stort symboliskt kapital och nyutgivningar av en ursprungsberättelse som på något vis utökar och fördjupar läsarens och konsumentens upplevelse av denna. Det senare är en av de främsta anledningarna till att förlagsbranschen befinner sig i en konstant förändring där dess olika fält kontinuerligt utvecklas och flyter ihop med andra mediefält. De konvergerar helt enkelt.

En stor anledning till att bokförlag ständigt letar efter nya sätt att förmedla berättelser och locka barn och unga till läsning, är förstås även läsdebatten och de alarmerade resultat som PISA-rapporter har gett berörande barn- och ungas läsförståelse. Undersökningar har visat att många barn och unga ser läsning som en tvångssyssla i relation till skolan, och inte som något lustfyllt.<sup>59</sup> För att förbättra situationen behöver förlag och producenter vara observanta på barn och ungas beteende och vanor kring mediekonsumtion. Samtidigt som bokförlag vill värna om den tryckta boken så är det viktigt för dem att tillgodose sin målgrupps önsknings, och då gäller det att ta de nya möjligheter till berättande som den digitala utvecklingen erbjuder. Bokförlag behöver ha samma inställning som Olsson, att transmedialt berättande enbart är till en fördel, så länge det görs på rätt sätt och inte blir för uppreparande.<sup>60</sup> Och många bokförlag inser också detta och vi ser därför att transmedialt berättande är ett ökande fenomen inom barn- och ungdomsmedia.

---

<sup>58</sup> Olsson, Marcus, 6 maj 2021.

<sup>59</sup> Dahlgren, Sölve, 19 september 2020.

<sup>60</sup> Olsson, Marcus, 6 maj 2021.

Förlagsfälten är som sagt under en konstant utveckling och det är omöjligt att definiera exakt hur de ser ut och vilka spelets regler är. Men undersökningen visar att det finns tydliga tendenser till att bokförlag går mer och mer åt att bli produktionsbolag och entertainmentbolag. De är fortfarande utgivare av berättelser men formaten är inte längre bundna till bokens pärmar, utan flera olika medier kan produceras under samma tak. Den här utvecklingen gör att det finns en risk för att marknaden kommer att domineras av en handfull väldigt stora bolag som innehar stora ekonomiska kapital. Vi ser redan bevis på det här fenomenet, där förlagsbranschen sedan en tid tillbaka domineras av ett fåtal stora bokförlag som i sin tur har flera mindre imprints. Ett imprint i förlagsbranschen innebär ett varumärke som skiljer sig från förlagets egentliga namn. Varje varumärke är nischat mot sin specifika målgrupp och på så sätt kan ett bokförlag nå ut till en stor bredd av konsumenter.<sup>61</sup> Ur ett transmedialt perspektiv ser sig detta i form av att många bokförlag idag har en egen ljudboksutgivning under egna varumärken, till exempel Bonnier Audio (Albert Bonniers Förlag) och ljudboksförlaget Word Audio, som 2020 köptes upp av det danska förlaget Gyldendal. Inom barn- och ungdomsutgivning ser vi redan andra digitala tjänster, som till exempel Bonniers plattform *Bokiño*, som ska hjälpa föräldrar med barnbokstips och råd kring hur de kan locka sina barn till läsning. Även separata e-boksvarumärken förekommer redan, som till exempel Readlys e-bokstjänst *Kidsread* och förlaget Stabenfeldts nylansera e-bokstjänst *Boksy*. Det transmediala berättandet, och framför allt det digitala berättandet, har alltså redan börjat förändra bokförlagens strukturer och utgivningar, och kommer att fortsätta påverka bokmarknaden och dess aktörer.

Konvergenskulturen gör att medier slås samman, adapteras, samverkar och konkurrerar. Gränserna mellan olika medier suddas ut och en bok behöver inte längre innebära papper bundna i pärmar. Vad som räknas som en berättelse förändras också, och den deltagarkultur som Jenkins pratar om, där berättelsen styrs lika mycket av konsumenterna som de utgivande producenterna är en stor drivande faktor till detta.<sup>62</sup> Denna deltagarkultur gör sig extra tydlig när det rör sig om barn- och ungdomslitteratur och media. Vad dagens barn och unga konsumerar, och framför allt *hur* de konsumerar media, styr till stor del vad som ges ut. Den makten som tidigare låg hos förlag och utbildningsväsen, förflyttar sig alltmer till slutkonsumenten. Det gör att det är väldigt svårt att förutse vad som kommer att ske i

---

<sup>61</sup> Friedlander, Joel, 9 februari 2017, "A Quick Lesson About Publishers, Imprints, CreateSpace, and Bowker", <https://www.thebookdesigner.com/2015/02/a-quick-lesson-about-publishers-imprints-createspace-and-bowker/> hämtad den 23 maj 2021.

<sup>62</sup> Jenkins, Henry (2008).

förlagsbranschen och på bokmarknaden. Här påverkar, som tidigare nämnt, även teknikjättar klimatet då det är dem som skapar nya plattformar och trender. Denna konvergens gör att det inte längre går att titta på enbart den litterära sfären när man pratar om bokförlagsbranschen. Forskningen kring konvergens och transmedialt berättande kan inte enbart ske ur ett medias perspektiv, då gränserna mellan medier inte finns där längre. Så vill man studera hur bokförlagen påverkas av konvergensen och det transmediala berättandet, måste studierna även de vara transmediala.

Den här undersökningen och analysen är gjord i begränsad omfattning och kan inte ge en komplett bild av dagens förutsättningar för barn- och ungdomsförlag. Men förhoppningen är att den kan fungera som en introduktion till vidare forskning om konvergens och transmedialitet och hur det förändrar spelfältet för bokförlag, visuella producenter, upphovsgivare, agenter och alla andra aktörer som brinner för berättande.

Utvecklingen kan vara skrämmande för många barn- och ungdomsförlag (och såklart även bokförlag generellt sett) – förändringar är alltid obehagliga till en början. De behöver vara mer lyhörda och observanta på sin omgivning och marknad än någonsin. Men så länge det finns personer som brinner för berättande, skrivande, läsande och så länge det finns personer som älskar att dyka ner i olika världar av berättande, så kommer bokförlagen att finnas kvar i en eller annan form.

## 11. Källförteckning

### Tryckta källor:

Bourdieu, Pierre (2000), ”Konstens regler”, *Det litterära fältets uppkomst och struktur*, Symposium, Stockholm/Stehag, ISBN: 91-7139-116-9, s. 312-324.

Dahlberg, Leif och Snickars, Pelle (2008), *Berättande i olika medier*, ”Inledning – mot ett transmedialt berättande”, Kungliga biblioteket, ISBN: 9789188468024

Elleström, Lars (2017), ”The Oxford Handbook of Adaption Studies”, *Adaption and Intermediality*, Oxford Handbooks Online, ISBN: 9780199331000, s. 1-2.

Jenkins, Henry (2008), ”Convergence Culture”, *Where Old and New Media Collides*, New York University Press, ISBN: 9780814742952.

Murray, Simone (2018): ”The Digital Literary Sphere”, *Reading, writing, and selling books in the Internet Era*, Baltimore: John Hopkins UP, ISBN 9781421426099

Steiner, Ann (2019), *Litteraturen i mediasamhället*, Studentlitteratur, Lund, ISBN: 9789144127835

Thompson, John B. (2010), *Merchants of Culture. The Publishing Industry in the Twenty-first Century*, Polity, Cambridge, ISBN 978-0-7456-4786-9.

### Otryckta källor:

Bengtsson, Per, 18 december 2013, ”Sverige långt under Pisa-snittet i läsning”, <https://www.lararen.se/grundskollararen/svenska-so-sprak/sverige-langt-under-pisa-snittet-i-lasning>, hämtad 2021-05-21.

Bonnier Carlsen, 6 juni 2020, ”Mumin fyller 75 – Bonnier Carlsen bidrar till Östersjökampanj”, <https://www.bonniercarlsen.se/nyheter/mumin-fyller-75-bonnier-carlsen-bidrar-till-ostersjokampanj/>, hämtad den 17 maj 2021.

Caperius, Ulrika, 22 april 2021, ”En dag om hästböcker”, en konferens anordnad av Svenska Barnboksinstitutet och Linnéuniversitetet, en del av programmet finns här:

[https://www.barnboksinstitutet.se/sbi-play/sbi-play-en-dag-om-hastbocker/?fbclid=IwAR3KRgJCIB9vI\\_nDiNP5aIjGX73oPQW69\\_hbp3PSdEMXoUeMPLwmy7YF98](https://www.barnboksinstitutet.se/sbi-play/sbi-play-en-dag-om-hastbocker/?fbclid=IwAR3KRgJCIB9vI_nDiNP5aIjGX73oPQW69_hbp3PSdEMXoUeMPLwmy7YF98), hämtad 25 maj 2021.

Dahlgren, Sölve, 19 september 2020, ”Barns läsning: Den viktigaste meningen i larmrapport-rapporten”, Boktugg, <https://www.boktugg.se/2020/09/19/barns-lasning-den-viktigaste-meningen-i-larmrapport-rapporten/>, hämtad den 18 maj 2021.

Elleström, Lars (2017), ”The Oxford Handbook of Adaption Studies”, Adaption and Intermediality, Oxford Handbooks Online, ISBN: 9780199331000, s. 1-2.

Friedlander, Joel, 9 februari 2017, ”A Quick Lesson About Publishers, Imprints, CreateSpace, and Bowker”, <https://www.thebookdesigner.com/2015/02/a-quick-lesson-about-publishers-imprints-createspace-and-bowker/> hämtad den 23 maj 2021.

”Harry Potter (Book Series)”, [https://harrypotter.fandom.com/wiki/Harry\\_Potter\\_\(book\\_series\)](https://harrypotter.fandom.com/wiki/Harry_Potter_(book_series)), hämtat 20 maj 2021.

Hsieh, [Hsiu-Fang](#) och [Shannon](#), Sarah E. (2005), ”Three Approaches to Qualitative Content Analysis”, *Qualitative Health Research*, forskningsartikel, [publicerad i PubMed](#) 1 november 2005, <https://doi.org/10.1177/1049732305276687>, hämtad 20 maj 2021.

”Innehållsanalys”, hämtad från <https://sv.wikipedia.org/wiki/Inneh%C3%A5llsanalys> den 20 maj 2021.

”Konvergenskultur”, 14 januari 2018, <https://sv.wikipedia.org/wiki/Konvergenskultur>, hämtad 15 maj 2021.

Larsson, Anna, 27 december 2014, ”Föreställningar och fakta om barns och ungdomars läsning”, <https://www.boktugg.se/2014/12/27/forestallningar-och-fakta-om-barns-och-ungdomars-lasning/>, hämtad den 21 maj 2021.

Moomin, ”Mumindalen – den nya tv-serien om muminfamiljen”, <https://www.moomin.com/sv/moominvalley/>, hämtad den 12 maj 2021.

Olsson, Marcus, 6 maj 2021, Intervju (hela intervjun finns i uppsatsförfattarens ägo).

”SSO – Allt om Star Stable och Starshine”, <https://jorvikipedia.fandom.com/sv/wiki/Startsida>, hämtat 6 maj 2021.

Svanbäck, Andrea, 17 maj 2021, Intervju (hela intervjun finns i uppsatsförfattarens ägo).

Wrede, Hedvig, 22 april 2021, ”Nyinspelning av Vi på Saltkråkan – ska utspela sig i nutid”, <https://www.svt.se/kultur/nyinspelning-av-vi-pa-saltkrakan-utspelar-sig-i-nutid>, hämtad 12 maj 2021.

### **Bildkällor:**

Vi på Saltkråkan bokomslag, hämtade från [https://www.bokus.com/cgi-bin/product\\_search.cgi?ac\\_used=no&search\\_word=saltkr%E5kan](https://www.bokus.com/cgi-bin/product_search.cgi?ac_used=no&search_word=saltkr%E5kan) den 20 maj 2021.

Omslagsbilder: Maria Nilsson Thore. Formgivning: Pia Hinnerud.

Star Stable – Ödesryttarna bokomslag, hämtade från [https://www.bokus.com/cgi-bin/product\\_search.cgi?ac\\_used=no&search\\_word=%F6desryttarna](https://www.bokus.com/cgi-bin/product_search.cgi?ac_used=no&search_word=%F6desryttarna) den 20 maj 2021.

Omslagsbilder: Marie Beschorner. Formgivning: Malin Gustavsson.

Mumintrollen och Havsorkestern bokomslag, hämtad från <https://www.bokus.com/bok/9789178036646/mumintrollen-och-havsorkestern/> den 20 maj 2021. Bokomslag: Filippa Widlund

Mumintrollen på Hattifnattarnas ö bokomslag, hämtad från <https://www.bokus.com/bok/9789178038732/mumintrollen-pa-hattifnattarnas-o/> den 20 maj 2021. Bokomslag: Filippa Widlund

Moominvalley, marknadsföringsbild hämtad från <https://www.facebook.com/MoominvalleyTV/photos/3048694325155267> den 20 maj 2021.

Illustration: Gutsy Animation.