

FÖRFATTAREN I BOKEN

Om författarcentrerat material i 2000-talets svenska pocketdeckare

Karl Berglund

Vi lever onekligen i en medialiserad tid.¹ Som många forskare har konstaterat är författare idag beroende av att synas i medier för att sälja böcker. Och intresset i sådana mediala sammanhang riktas allt mer mot författaren som person, allt mindre mot de litterära verken.² Författarporträtt, hemma hos-reportage och andra slags artiklar och tv-inslag är viktiga säljredskap, och även i traditionella recensioner ges författaren inte sällan stor plats.³ Till detta kommer krav på att författaren bör möta sin publik via författarturnéer, biblioteksbesök och signeringar hos bokhandlare. I Sverige har Bokmässan i Göteborg fått en allt större betydelse, samtidigt som renodlade författarfestivaler växer fram: Umeå Littfest, Sigtuna litteraturfestival, Stockholm Literature, CrimeTime Gotland, och så vidare.

Det är naturligtvis inte något nytt att författare är i mediernas blickfång: författare har under lång tid tänkt på, och varit beroende av, hur de framställs i medier.⁴ Men under 2000-talet har det litterära varumärkesbyggandet blivit en central parameter för ett framgångsrikt författarskap. Som flera forskare har påpekat tenderar läsare att vilja läsa böcker av författare de redan har läst. Troheten mot författarvarumärket styr med andra ord i hög grad våra bokinköp.⁵

Vad få har uppmärksammat är att den här utvecklingen syns också på och inuti samtidens böcker – och alldeles särskilt i samtidens pocketböcker. Jämte den litterära texten ges i dem allt större plats åt olika slags kring-

material, som i text och bild framhäver författaren, författarvarumärket och ”berättelsen om berättelsen”. Syftet med föreliggande artikel är att visa hur boken som medium används för att förstärka författarvarumärken, och hur denna utveckling har accentuerats på den svenska bokmarknaden under 2000-talets första decennium.

Empiriskt utgår jag från pocketböcker av ”de mest framgångsrika svenska deckarförfattarna” under 2000-talets deckarvåg, en grupp författare som kvantitativt har urskilts i en tidigare undersökning av den svenska deckarutgivningen.⁶ Mer exakt är det dessa författares samtliga första pocketutgåvor i deckargenren som är utgivna på den svenska bokmarknaden perioden 1998–2011 som analyseras. Sammanlagt rör det sig om 153 pocketutgåvor skrivna av 24 författare och författarpar.⁷

Pocketboken har varit den absolut dominerande typen av billigbok i Sverige under 2000-talets första decennium och därtill den populäraste sortens bok för deckarläsning. Den svenska pocketboken och den svenska deckargenren har haft sina storhetstider sida vid sida och till viss del med hjälp av varandra. Vad som står i fokus är med andra ord den kommersiellt ledande typen av skönlitteratur i det ledande mediet för konsumtion av skönlitteratur under det tidiga 2000-talet.

Bästsäljande deckare är ett särskilt belysande exempel, främst av två anledningar. För det första är det en genre där byggandet av litterära varumärken har särskilt stor betydelse. Deckare ges oftast ut i romanserier, där de enskilda romanerna är fristående men huvudpersonerna desamma. Inte sällan slutar en svensk 2000-talsdeckare på två sätt: brottet får sin lösning (vilket markerar slutet på den enskilda historien), och romanseriens huvudperson genomgår något slags förändring på det personliga planet som gör att läsaren undrar hur det kommer att gå framöver (vilket markerar fortsättningen på seriens övergripande historia och riktar läsarens intresse mot framtida, ofta ännu outgivna titlar).⁸ Serialiteten gör författarvarumärkena viktiga, eftersom de är tätt sammanbundna med respektive romanseries huvudperson och eftersom läsare inte sällan är på jakt efter ”nästa Liza Marklund” eller ”den senaste boken av Lars Kepler”. Kriminalromaner marknadsförs därför genom en kombination av genrekontrakt och ”författarkontrakt”.

För det andra är paketering och inramning helt avgörande för samtida populärlitteratur. Att böcker och deras omslag är betydelsefulla för hur litteratur uppfattas har konstaterats av många forskare förankrade i bokhistoria och litteratursociologi (även om litteraturvetenskapens mittfåra överlag har varit mindre intresserad av sådana perspektiv). Sådan forskning har dock främst ägnats äldre tiders böcker och kanoniserad litteratur. Detta är en något överraskande snedvridning, då visuella uttrycksmedel har blivit allt viktigare på bokmarknaden under slutet av 1900-talet – och då särskilt inom populärlitteraturen.⁹ Ambitionen är därför också att inom det bokhistoriska fältet bidra till att fylla en mer generell forskningslucka vad gäller kunskapen om hur populärlitteratur förpackas på det sena 1900-talets och 2000-talets bokmarknad.

Att författaren och författarens varumärke har fått en mer framskjuten position i pocketboken märks på framför allt tre sätt. För det första genom att författarpresentationer i text och bild får allt mer utrymme. För det andra i att extramaterial och reklam har blivit vanligt förekommande i inlagorna och på bokomslagets insidor. För det tredje genom att författartack under 2000-talet har etablerats som en konvention i genren, och att dessa tack har blivit allt längre och innehåller allt mer information. I det följande går jag igenom dessa tre slags peritexter i tur och ordning, och försöker därefter att i en avslutande diskussion binda samman trådarna.

Teoretiska utgångspunkter

Att pocketböckers utformning påverkar hur uppfattningar om hur deras innehåll skapas ligger i linje med teorier presenterade av bibliografer som Donald McKenzie och textkritiker som Jerome McGann.¹⁰ Mitt intresse är dock inte primärt riktat mot pocketböckerna som materiella dokument i sig, utan mot hur paketeringens innehåll och utformning präglar uppfattningar om det litterära stoffet. Det handlar med andra ord om *relationen* mellan medium (pocketböcker) och litteratur (deckare).

Här blir Gérard Genettes begrepp *paratext* användbart. Genette definierar paratext som alla de texter som cirkulerar kring den litterära texten, som presenterar den och hjälper oss att tolka den, och som därtill är auktoriserade på så sätt att de är mer eller mindre legitimerade av för-

fattaren.¹¹ I det senare inbegriper Genette förlagens arbete, vilket han ser som per definition underställt författarens intentioner. Empiriskt rör det sig alltså om en i grunden relativt vag och svävande term, vilket även Genette är medveten om.¹²

Vidare är paratexter, som Mats Dahlström påpekar, ”en kategori på det innehållsliga verkets nivå snarare än på det materiella dokumentföremålets nivå. Lösomslag och titelblad är sålunda i sig inga paratexter, men däremot de omslagstexter och de titlar de bär”.¹³ Denna aspekt av Genettes terminologi passar bra i det här sammanhanget eftersom det är det paratextuella innehållet som analysen i första hand behandlar och inte de materiella pocketböckernas respektive dokumentdelar. Dessa två ting hänger förstås samman, men tyngdpunkten ligger i det följande på de innehållsliga aspekterna.

Genette skiljer mellan paratexter som ingår i samma förpackning eller volym som texten (oftast i form av en bok) – *peritexter* – och de paratexter som rör texten mer på avstånd – *epitexter*.¹⁴ Många som utgår ifrån Genettes begrepp sätter i stort sett likhetstecken mellan paratext och peritext. Det finns dock goda skäl att hålla isär termerna. Paratext är ett vittomfattande begrepp, som är svårt att använda vid konkreta analyser. Peritexter är tvärtom väl avgränsade till ett specifikt sorts material. De bestäms i sin helhet av förlaget och författaren (och möjligen också av agenten). Peritexter har med andra ord en tydlig avsändare och ett tydligt syfte: de vill presentera litterära texter och därmed locka till köp och läsning. Att de visar hur marknadsföringen har sett ut och förändrats över tid gör dem intressanta att studera ur ett bokmarknadsperspektiv.¹⁵ Epitexter, å andra sidan, har tillkommit av skilda anledningar och av olika slags upphovspersoner. Även om Genette säger att författaren alltid är avsändaren, räknar han till epitexten också material där detta gäller endast indirekt, som till exempel författarintervjuer i tidningar.¹⁶ I det följande är det endast peritexter som analyseras.

Distinktionen mellan peri- och epitext synliggör därtill en skillnad när det gäller paratexternas förhållande till det litterära verket och till läsaren. Peritexten är svår att undgå för den som läser en bok. Däremot är dess direkta räckvidd begränsad så till vida att den i regel främst når faktiska

läsare eller presumtiva läsare som får syn på boken i bokhandeln.¹⁷ Med epitexten, åtminstone den publika epitexten, är förhållandet det omvända. De flesta som läser en författarintervju eller en bokannons tar inte del av det litterära verket ifråga, vare sig före eller efter sin bekantskap med epitexten. Den slår alltså generellt sett bredare men inte med samma djup.

Skotten mellan peri- och epitext är dock inte vattentäta och har antagligen aldrig varit det i så liten grad som nu.¹⁸ Indirekt får böckers framsidesomslag, baksidestexter och författarpresentationer stor spridning via internet och i tidningar. Peritexter transformeras i sådana fall till epitexter. Författarmanuskript eller utkast som förs till inlagan i påkostade utgåvor är på motsvarande sätt epitexter som har omvandlats till peritexter. Med sådana förskjutningar förändras också paratexterna.

Genettes begrepp används i det följande fritt och utifrån delvis andra premisser än Genettes egna. För Genette är det huvudsakligen författaren som styr över peritexten, och det är dennes intention som står i fokus. Endast vissa aspekter som format, papper och omslag – ”the publisher’s peritext” – har förlaget enligt Genette möjlighet att påverka.¹⁹ Ur litteratursociologisk synvinkel är påståendet minst sagt tveksamt. Uppdelningen är symptomatisk för ett synsätt som utgår från att ett verk skrivs av en författare, mer eller mindre utan yttre påverkan, och där förlagets roll endast är att trycka, distribuera och sälja författarens verk. Med ett litteratursociologiskt angreppssätt förstås istället peritexter här som utarbetade av förlag och författare tillsammans, även om naturligtvis förlaget har mer att säga till om när det gäller vissa delar och författaren mer vad gäller andra.²⁰

Vidare är det i sammanhanget betydelsefullt att urvalets pocketböcker är målgruppsanpassade av förlagen och utarbetade i relation till såväl deckargenren som till författarnas respektive varumärken. Redan i *Litteratursociologi* (1970, franska orig. 1958) poängterar Robert Escarpit att hur den tryckta boken slutgiltigt ter sig är ett resultat av vilken målgrupp förlaget har haft i åtanke.²¹ Urvalets deckaromslag är alltså att betrakta som delar i, mer eller mindre, välplanerade marknadsföringsplaner.²² Eftersom urvalets pocketböcker är kommersiellt betydelsefulla titlar är marknadsföringsperspektivet viktigt att ha i åtanke.

Författarpresentationer i text och bild

Den traditionella författarpresentationen – som genom en kortare text och eventuell bild på bokomslaget baksida eller insida i koncis form berättar vem författaren till boken är – är sedan länge en etablerad konvention på omslag till skönlitterära böcker. Deckargenren är inget undantag och de allra flesta böcker i urvalet har en sådan författarpresentation. De består i normalfallet av grundläggande information om författaren och författarskapet. Vanligt är att författarens ålder, yrkesbakgrund och geografiska hemvist anges, samt olika uppgifter som signalerar att författaren är framgångsrik och besitter hög prestige inom genren.

Vad som gör att presentationerna i urvalet sticker ut är i hur pass stor omfattning de betonar kommersiell framgång. Uppgifter om översättningar, filmatiseringar och framför allt försäljning lyfts fram på drygt en tredjedel av pocketböckerna. Mest slående är emellertid själva ökningen av dessa upplysningar: under det sena 1990-talet och tidiga 2000-talet finns de på enstaka deckaromslag, från år 2006 på omkring varannan deckare och under 2010-talets första år på de flesta deckare i urvalet.

I takt med deckargenrens ökande kommersiella genomslag verkar alltså olika framgångar betonas allt mer på pocketböckernas omslag. Det skulle kunna förklaras som ett rent kausalt samband, men det handlar antagligen också om en attitydförändring. I deckarboomens tidevarv är ekonomisk framgång inte alls problematiskt att framhålla för de mest framgångsrika författarna i genren. Tvärtom lyfts kommersiell styrka fram, sida vid sida med litterära utmärkelser och andra mer traditionella markeringar av litterär prestige. Det kan liknas vid ett slags summering av deckarförfattarens *impact factor*. Åke Edwardsons *Den sista vintern* (Mån-pocket 2009) är ett exempel som åskådliggör metoden:

Åke Edwardsons böcker om Erik Winter har vunnit flera priser, filmatiserats av SVT och översatts till över 20 språk. Efter tio romaner, elva år och miljontals sålda böcker avslutas serien med *Den sista vintern*.²³

Förlag har länge använt uppgifter om god bokförsäljning för att sälja böcker. Inte minst bästsäljarlistor fungerar delvis som marknadsföringsinstrument i sig själva.²⁴ I ett svenskt bokmarknadsperspektiv är det nya här alltså inte greppet i sig, utan omfattningen och tilltalet. Ofta betonas

en författares förtjänster på sätt som inte är alldeles olika hur litterära agenter beskriver framgång: i antal sålda exemplar och i antal sålda översättnings- och filmrättigheter. Presentationen av Lars Kepler på debutdeckaren *Hypnotisören* är ett av de tydligare exemplen: "Aldrig tidigare har en svensk roman sålts till utlandet med en sådan framgång redan innan den publicerades i Sverige".²⁵ Märk väl att denna författarpresentation riktar sig till den vanliga svenska deckarläsaren. Vad som förväntas locka till läsning i det här fallet är bokens framgångar, att det är en hajpad titel i en pågående svensk deckarvåg.

I författarpresentationerna i urvalet framträder bilden av att de författare som får stort kommersiellt genomslag samtidigt förlänas hög prestige inom genren (dock ej nödvändigtvis utanför den). I detta avseende påminner den samtida svenska deckargenren om till exempel romantikgenren. Eva Hemmungs Wirtén har visat att Pierre Bourdieus inverterade logik – det vill säga att ekonomiskt kapital sänker det kulturella kapitalet, och vice versa – inte alls gäller i romantikfältet. Istället är status inom genren sammanbunden med den kommersiella framgången: "the more consecrated you get in the romance field, the more money you make. The less consecrated you are, the less money you make".²⁶ Under 2000-talets senare år och i synnerhet under början av 2010-talet kan detsamma sägas gälla för svenska deckarförfattare: genrens kommersiella framgångar verkar ha gjort samma framgångar till en central beståndsdel av deckarförfattarnas varumärken. Lika viktigt som att på bokomslaget framhålla att författaren skriver bra eller förnyar deckargenren är att hen är populär och har en bred läsekrets.

En parallell tendens är att omslag med klart större författarcentrering än den gängse har blivit vanligare. Mest fokus på författaren har Liza Marklunds omslag. Framsidorna pryds av bilder av författaren själv (*se bild, s. 366*) och pocketböckerna har också stort uppslagna författarbilder och författarpresentationer på omslagens insidor. Dessutom finns på Marklunds omslag ofta ett slags kortintervjuer med henne själv. Så här låter det på *Sprängaren* (Orduplaget 1998):

"För mig har det alltid varit självklart att kvinnor är både onda, goda, korkade och kloka", säger Liza Marklund. "Därför har jag haft svårt att förlika mig med bilden av kvinnor som platta bifigurer till starka män. Jag

VINNARE AV POLONIPRISET 1998
BELÖNAD MED DECKARAKADEMINS DEBUTANTPRIS 1998
NOMINERAD TILL BÄSTA SVENSKA THRILLER 1998

sprängaren

Liza
Marklund

längtade efter en hjältinna som var som jag själv och mina tjejkompisar – hårt arbetande yrkeskvinnor med män och ungar och amorteringar och ätnojor och en omätlig aptit på livet”. Annika Bengtzon – hjältinnan i Liza Marklunds thriller *Sprängaren* har sitt namn efter författarinnans äldsta dotter Annika och favoritchefen från hennes tid som journalist på *Expressen*, Bengt Bengtzon.²⁷

Ambitionen från förlagets sida är rimligen att låta Marklund framstå som autentisk och förtrolig genom en biografisk inramning i personlig ton. Trots att Marklunds paketeringsstrategi har varit mycket framgångsrik, och trots att hon har haft ett stort inflytande på hur den svenska deckargenren har utvecklats under 2000-talet, är det ingen annan deckarförfattare som har sitt eget porträtt på omslagen. Det har blivit en del av Liza Marklunds personliga författarvarumärke, snarare än en allmän trend. Däremot märks författarnas närvaro på framsidorna genom författarlogotyper, det vill säga genom en på omslagen återkommande och grafiskt stiliserad version av författarnamnet, som syftar till att stärka författarens eget varumärke genom att etablera författarnamnet för läsarna med hjälp av visuella egenheter. Logotyper och varumärken har funnits på böcker sedan boktryckarkonstens barndom, till exempel i form av boktryckarmärken. Under senare år har de dock i allt högre utsträckning antagit formen av renodlade varumärken för författarna.

I urvalet har logotyperna blivit både fler och mer genomarbetade under den studerade perioden: under slutet av 1990-talet och början av 2000-talet är det vanligare med neutrala typsnitt eller typsnitt som signalerar deckare; under andra halvan av 2000-talet och det tidiga 2010-talet är istället författarlogotyper i klar majoritet. Bokstaven z i Liza Marklunds författarnamn är förstorat och numera välkänt, men det är antagligen Leif G.W. Perssons författarlogotyp som ligger närmast reklamvärlden och logotyper för andra slags produkter – hans berömda mellannamnsinitialer ”GW” framträder som om de vore stämplade rakt över böckernas framsidor (se bild, s. 369).

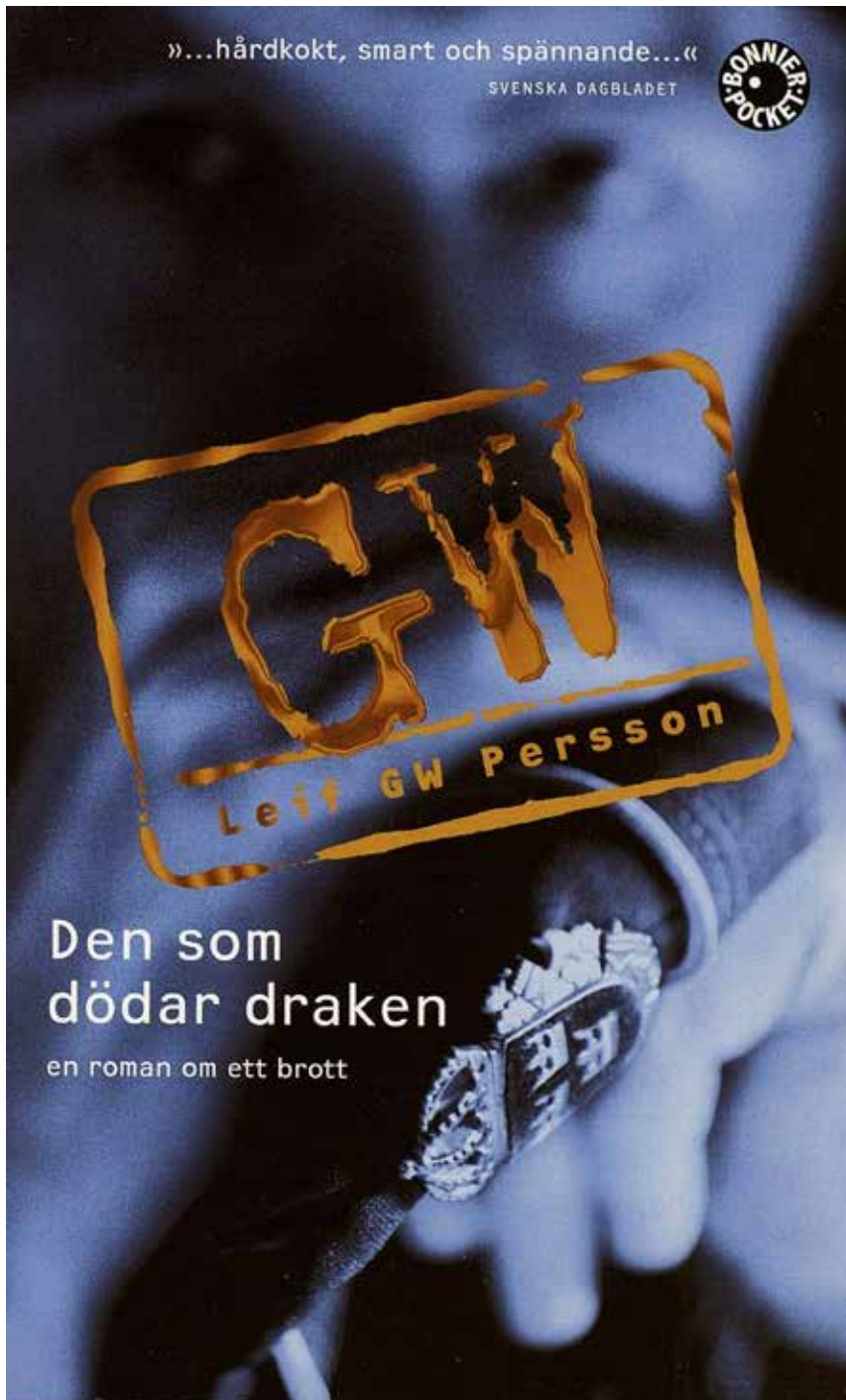
Framsidan till pocketutgåvan av Liza Marklunds *Sprängaren*, Stockholm: Orduplaget, 1998. Formgivare: Mi Johansson.
Foto: Efter *Mordförpackningar* (2016).

Extramaterial och reklambudskap som är författarcentrerade

Författarcentreringen märks än tydligare i det extramaterial som finns i slutet av inlagan i många av de senare utgåvorna i urvalet. Sådant extramaterial har ökat kraftigt i omfattning: mellan 1998 och 2003 finns inget sådant material – från 2008 och framåt innehåller närmare hälften av urvalets deckare extramaterial om och av författaren i inlagan. Generellt kan sägas att extramaterialet ger läsaren information om författaren och om författarens syn på den aktuella deckaren. Två saker erbjuds alltså förtädesvis: dels mer personlig information om författaren som inte har särskilt mycket med berättelsen att göra, dels en sorts tolkningsnycklar till det litterära verket ur författarens synvinkel. Materialet speglar deckarförfattarnas ökande betydelse som litterära kändisar och den inte sällan personliga inramning som används av förlagen för att upprätta emotionella band mellan läsare och författare.

I många av de manliga deckarförfattarnas extramaterial ligger tyngdpunkten huvudsakligen på professionalitet och seriositet. Presentations-texterna syftar till att skapa bilder av pålästa, kunniga författare. Intervjuer snarlika den sortens featureartiklar som brukar förekomma i dagspress i samband med en boklansering är vanliga, men extramaterialen innehåller även essäer, argumenterande texter eller rena programförklaringar relaterade till de samhällsproblem som romanerna tar upp. En författare som återkommande använder sådana mer informativa texter är Jan Guillou: i extramaterialet till *Madame Terror* (Pocketförlaget 2007) finns en fem sidor lång essä om kriget mot terrorismen, i *Fienden inom oss* (Pocketförlaget 2008) finns en liknande om Bushdoktrinen övergrepp.²⁸ Extramaterialet formar i hans fall en kommentar till romanernas intriger och visar dels att Guillou är påläst och kunnig i ämnet, dels att han vill uppmärksamma och skapa opinion kring vissa samhällsproblem. Dessa peritexter antyder hur central imagen som grävande journalist är för Jan Guillous författarvarumärke.

Framsidan till pocketutgåvan av Leif G.W. Perssons *Den som dödar draken*, Stockholm: Bonnierpocket, 2009. Formgivare: Marina Mattsson. Foto: *Mordförpackningar* (2016).



Extramaterial med liknande patos finns i böcker av andra journalister, som Stieg Larsson, Liza Marklund och Anders Roslund och Börge Hellström. Ambitionen kan överlag sägas vara att framställa deckarna som allvarligt syftande beskrivningar av samhällets skuggsidor, snarare än som lättsam underhållning. Dessa deckare är försedda med extramaterial som är närmast dokumentära i sina anspråk.

Roslund & Hellström är det kanske tydligaste exemplet i den här riktningen. I *Box 21* (Piratpocket 2006) berättar författarna i extramaterialet över elva sidor om den trafficking i Sverige som romanen kretsar kring. De går i detalj igenom hur unga kvinnor hämtas i Östeuropa med löften om ett bättre liv och om hur de sedan systematiskt utnyttjas. Här finns statistik, utdrag från en bordells bokföring, uppgifter om vad det svenska samhället gör och inte gör, med mera. *Box 21* beskrivs som en roman, men "bakom den, riktiga människor".²⁹ Syftet med romanen förklaras uttryckligen vara att väcka människor och skapa debatt:

Inför skrivandet av *Box 21* arbetade vi precis som när vi skrev *Odjuret* – traditionell och grävande journalistik som sedan blandades med ren fiktion, sådant en spännande roman ska innehålla. [...] Jag har själv gjort massor av reportage i Sveriges Televisions Rapport och Aktuellt, om utsatt-het, om brottsoffer, om förövare, om prostitution, om människohandel ... ambitiösa reportage som visats på bästa sändningstid men som liksom ändå bara sorterats bort som ... nyhetsbetraktelser. Den här formen, kriminalromanens form, att blanda kunskap om samhället med fiktion, jag är säker, man kommer så mycket längre.³⁰

Genom sina extramaterial skriver Roslund & Hellström in sig själva i den högt värderade traditionen av samhällskritiska svenska deckare i Maj Sjöwalls och Per Wahlöös efterföljd. Vad dessa peritexter samtidigt gör är att de framhäver författarna själva och hur de som författare har tänkt och gått tillväga när de skrivit; det är "berättelsen om berättelsen" som berättas i extramaterialen, och i denna berättelse är författaren protagonisten.

Detsamma sker i många av de kvinnliga deckarförfattarnas extramaterial, men dessa har i regel mer personliga beskrivningar av hur arbetsprocessen går till. Extramaterialet i Åsa Larssons *Till dess din vrede upphör* (Bonnierpocket 2009) är ett exempel:

När jag har skrivit ungefär två tredjedelar av en bok. Då börjar huvudet ha lite tråkigt. Man vet hur det ska gå. Det är mest hantverk kvar. Hjärnan vill ha roligt och springer i förväg och börjar hitta på nästa berättelse. I början ramlar det in lite pusselbitar.³¹

Här frammanas en bild av skrivandet som lika delar lust, inspiration, research och hårt arbete; skrivandet förankras till en praktisk verklighet. Dessutom erbjuds en möjlighet för läsaren att identifiera sig med författaren och känna att "det där hade kanske jag kunnat skriva". Sådana peritexter kan minska avståndet mellan författare och läsare. Extramaterialet till Anna Janssons *Pojke försvunnen* (Månpocket 2008) framställer det som närmast en slump att författaren började skriva:

Något kul ska man ha efter fyrtio och julen 98 började jag skriva. Det året mötte jag en åttioårig kvinna som blivit misshandlad av sin psykiskt sjuke son och mitt författarskap föddes ur den bestörtning hennes berättelse väckte. Ett civiliserat samhälle måste kunna ta hand om människor bättre än så. Resultatet blev min första kriminalroman *Stum sitter guden*.³²

Extramaterialet låter läsaren förstå att Jansson är som de flesta andra som har lite tid över när barnen har blivit äldre. Därigenom jämför hon sig till viss del med de deckarläsare som har publicerat sin egen bok via ett självpubliceringsföretag, som har ett deckarmanus i byrålådan eller som bara drömmer om att skriva en bok.

Dylika anspelningar på "vanlighet" finns uteslutande i extramaterialet till böcker av urvalets kvinnliga deckarförfattare. Till viss del kan det förstås som en marknadsföringsstrategi som går i opposition mot högre värderade manliga kollegor. Här handlar autenticiteten och trovärdigheten om att deckarna skildrar det vardagsliv som folk lever mest.

Ökningen av extramaterial synliggör att marknadsföringen av svenska deckarförfattare ser olika ut för olika författare och att det finns tydliga genusmönster i hur författarna lyfts fram inuti pocketböckerna – kvinnorna i regel som privata och personliga, männen som professionella och pålästa. De både författartyperna konkurrerar i samma genre och om åtminstone delvis samma läsare. Men deras författarvarumärken skiljer sig åt, något förlagen är både medvetna om och en bidragande orsak till.³³ Cen-

tralt i det här sammanhanget är att vad som lyfts fram i detta slags peritexter *inte* är olika sorters kriminalromaner, utan olika sorters deckarförfattare. Vad extramaterialen gör är att de riktar läsarens blick mot författarna själva och hur författarna har tänkt och gått tillväga när de har skrivit. Fokus förskjuts på detta sätt från berättelsen till författaren.

Författartack

Olika peritexter signalerar olika saker till läsaren. Författarpresentationer och extramaterial ger intrycket av att vara skrivna av förlaget och sammankopplas därigenom till stor del med marknadsföringen av boken. Även om vissa författare själva skriver sådana texter har de förlaget som avsändare, de är så att säga förlagsauktoriserade. Tvärtom förhåller det sig med författartacken, vilkas själva poäng är att de är författarauktoriserade. I dem får läsaren möta författarens ”oförställda” röst utanför fiktionens ram. Dessa peritexter har därför en särskild ställning när det kommer till graden av författarnärvaro.³⁴

Också författartacken har blivit klart vanligare och från och med senare hälften av 2000-talet har mer än varannan deckare ett författartack, vanligtvis i direkt anslutning till den litterära texten i slutet av inlagan. Längden varierar från ett par meningar till tre–fyra sidor och är formulerade på skilda vis beroende på författare: Jan Guillou skriver faktaspäckat, Jens Lapidus korthugget, Åsa Larsson översvallande, Liza Marklund journalistiskt redovisande, och så vidare. Men trots stilistiska skillnader följer tacken relativt väl etablerade konventioner för vilka personer det är som tackas och i vilken ordning detta sker. Ordningsföljden är generellt sett

1. specialister och andra personer som har varit behjälpliga vid researcharbete och faktagranskning
2. aktörer i litteratursamhället som har bidragit till att förbättra, färdigställa och saluföra romanen – förläggare, redaktörer, agenter, omslagsmakare
3. vänner och kollegor
4. familj.

De två första grupperna ägnas de största delarna av utrymmet, och de framstår som själva anledningen till att tacken existerar – familj och vänner verkar ha följt med mest av bara farten. Att så pass stor vikt läggs vid

att redovisa research och faktainsamling ger en fingervisning om trovärdighetens betydelse för deckargenren. Att förlagsarbetet poängteras vittnar om en annorlunda och möjligen mer ödmjuk författarroll än hos andra grupper av författare.

Intressant i det här sammanhanget är dock inte primärt alla de källor som författarna väljer att lyfta fram, utan det faktum att tacken förflyttar läsarens uppmärksamhet från texten och mot författaren och författarens arbetsmetoder. Här har författartacken stora likheter med hur extramaterialen fungerar, men på grund av tackens författarauktorerade status blir den författarcentrerande funktionen nästan ännu mer påtaglig.

Författartacken bär också tydliga tecken på respektive författares röst, inte bara i hur de är skrivna, utan även i att själva researcharbetet eller faktainsamlingen som sådan sammanlänkas med författarens biografiska förutsättningar. Att ”gräva där man står” – att utgå från vad som är välbekant för en i sitt skrivande – är ett utmärkande drag för 2000-talets svenska deckarförfattare. Advokaten Jens Lapidus beskriver den Stockholms undre värld som han kommer i kontakt med genom sitt jobb. Stieg Larssons hjälte är liksom han själv grävande journalist. Åsa Larsson är upp vuxen i ett religiöst samfund i Kiruna och flyttade söderut för att utbilda sig till jurist – hennes hjältinna har gjort detsamma. Juristen Viveca Sten med sommarboende på Sandhamn skriver om en jurist som har sommarboende på Sandhamn. Och så vidare. Erfarenheter av det här slaget lyfts fram både i författarpresentationer och i författartack, särskilt när det kommer till beskrivningar av platser och miljöer.

I *Midvinterblod* (Pocketförlaget 2007) tackar Mons Kallentoft sin ”mor Anna-Maria och far Björn för detaljarbetet vad avser Linköpingstrakten”.³⁵ I *Nattfåk* (Månpocket 2009) tackar Johan Theorin ”den öländska släkten Gerlofsson, framför allt min mamma Margot och hennes kusiner Gunilla, Hans, Olle, Bertil, Lasse och deras familjer”.³⁶ I författartacket till *I den innersta kretsen* (Månpocket 2010) visar Viveca Sten att hon har god insyn i den seglingsförening som romanen kretsar kring:

När intrigen tog form funderade jag över hur makt och ambition kan utvecklas i en trängre krets. KSSS, med sin koppling till Sandhamn, blev en naturlig utgångspunkt. Jag har emellertid själv varit verksam i sällskapet under många år och kan vittna om de stora insatser som utförs för segel-

sporten. Jag vill också påpeka att KSSS ordinarie årsmöte brukar hållas i februari, inte september, samt att det självklart finns många fler båttyper än just Swanbåtar som är lämpade för att vinna Gotland Runt.³⁷

För många av deckarförfattarna i urvalet framhålls egna erfarenheter på liknande vis som realistiska styrkor. Tillförlitligheten i skildrade miljöer, situationer och yrkesuppgifter anses starkare om de är självupplevda av författaren – och dessutom enklare att få korrekta. Deckarförfattaren och deckarfiktionen binds därigenom än hårdare till varandra, blir än svårare att separera. De personligt hållna författartacken riktar alltså inte bara läsarintresset mot författaren och författarvarumärket. De lyfter också fram författarens biografi som en sorts ursprung till fiktionen, vilket gör att gränsen mellan deckargenrens författarvarumärken och verk nästan suddas ut.

Slutsatser

I de drygt 150 svenska pocketdeckare som jag har diskuterat ovan syns sammantaget en klar ökning av peritexter, såväl i antal som i längd, som fokuserar på författaren på olika sätt. Bokomslagets insidor, som tidigare vanligen var otryckta, har blivit en plats för författarfoton och reklam för författarens andra och kommande böcker. Författartacken har etablerats som en norm i genren och de har växt sig allt längre – inte sällan omfattar de numera långa programförklaringar kring hur noggrant författaren har gått tillväga i sitt researcharbete, och alla personer som på något sätt har bidragit till bokens tillkomst tackas. Dessutom har förlagen börjat tillfoga extramaterial i pocketutgåvorna, som berättar mer om författaren, om deckaren ifråga och om författarens intentioner och ambitioner, om författarens övriga böcker och om relationen mellan berättelsen och den omgivande världen.

Böckernas ökande författarcentrering kan ses som en del av litteratursamhällets allmänna förskjutning av fokus från litterära verk till författare och deras varumärken. Naturligtvis har författaren och författarens namn under lång tid haft en central plats i allehanda skönlitterära böcker, men 2000-talets svenska pocketdeckare har tagit författarens närvaro i boken till en ny nivå. I urvalets böcker står författaren nästan i centrum för läsarens uppmärksamhet. Hen framträder innanför bokens pärmar

inte bara som upphovsperson till det litterära verket, utan också som förlaga, som kommentator till och som uttolkare av detsamma. Böckernas författarcentrerade material fungerar både som en sorts tolkningsram för läsaren och som ett sätt att ytterligare vidga författarvarumärkets räckvidd. Det senare betonar att den enskilda deckaren ingår i en sammanhållen serie, vilket riktar läsarens intresse mot seriens övriga och kommande delar. Samtidigt innebär författarens framträdande roll en intimisering av författarrollen: när läsaren får veta mer om författarens person och arbetsvanor, blir de bildligt talat mer av vänner.

Gérard Genette liknar paratexten vid en litteraturens "tröskel" eller "vestibul", som fungerar som en sorts gräns som erbjuder den potentiella läsaren möjligheten att antingen träda in i den litterära världen, eller vända och gå därifrån.³⁸ Genettes liknelse är dock problematisk, vilket mitt material synliggör. Peritexterna i 2000-talets svenska pocketdeckare är inte bara en tröskel till det litterära verket, utan också tolkningsramar och fördjupning efter genomförd läsning, biografiska upplysningar om författaren och förslag på framtida läsningsinriktningar. Tendensen är tydlig: peritexten blir allt mindre perifer och har nästan börjat konkurrera med det litterära verket. Vad 2000-talets pocketdeckare synliggör är att författaren och berättelsen om berättelsen ges allt större utrymme också i själva bokmediet. Författaren och författarvarumärket har vandrat in i boken och tagit berättelsen i besittning.

I avslutningen av sin studie varnar Genette för att tillmäta paratexter för stor betydelse. Vi får inte glömma bort, menar han, att paratexten aldrig kan vara mer än ett tillbehör till det litterära verket (som han dock kallar texten):

The paratext is only an assistant, only an accessory of the text. And if the text without its paratext is sometimes like an elephant without a mahout, a power disabled, the paratext without its text is a mahout without an elephant, a silly show. Consequently the discourse on the paratext must never forget that it bears on a discourse that bears on a discourse, and that the meaning of its object depends on the object of this meaning, which is yet another meaning. A threshold exists to be crossed.³⁹

Men det Genette kallar "fänig show" är när det gäller populärlitteratur på dagens bokmarknad svårare att på samma sätt konsekvent avfärda. Exempelen i den här studien gäller traditionella, tryckta böcker, men med framtidens e-böcker öppnar sig möjligheten att ta utvecklingen av peritexter längre och vidare i bokmediet. Och om också alla epitexter tas med i resonemanget växer paratexten till en omfattning där den nästan börjar leva sitt eget liv.

Och kanske är det heller inte längre alltid de litterära verken som utgör den huvudsakliga "texten" – kanske är det snarare författaren och författarvarumärket? När exempelvis en deckarförfattare ger ut kokböcker går det att fråga sig vad som är text och vad som är paratext. Är det inte möjligt att också betrakta böcker som Camilla Läckbergs & Christian Hellbergs *Smaker från Fjällbacka* (2008), Mons Kallentofts *Food Junkie. Livet, maten, döden* (2013) eller Viveca Stens *Skärgårdssommar. Matbok från havsbandet* (2014) – eller för den delen *Grabbarnas kokbok* (1992) av Jan Guillou, Leif G.W. Persson och Leif Mannerström – som ett slags paratexter till respektive författarvarumärke? Sådana titlar är alltid skrivna i relation till de framgångsrika deckarna och fungerar därmed på många sätt som de exempel på extramaterial som jag diskuterade ovan. Skillnaden är att de fördjupar författarvarumärket i en annan kontext, som ligger längre ifrån den ursprungliga fiktionen.

En fänig författarshow, kan tyckas, men när det gäller 2000-talets framgångsrika svenska deckare är författarvarumärkenas betydelse svår att överdriva. Författaren är verkligen inte död – författaren är den nya texten.

Noter

1. Föreliggande artikel är en spinoff från min studie *Mordförpackningar. Omslag, titlar, och kringmaterial till svenska pocketdeckare 1998–2011* (2016). De empiriska resultaten är alltså, generellt, hämtade därifrån (mer bestämt från kap 4 och 5, s. 121–166), men är, till skillnad från där, här framställda i en form som renodlat belyser författarfokuserande peritexter och dess bokhistoriska relevans. När frågor om metod och material är desamma som i monografen, där de avhandlas noggrant, och då sådana frågor inte är centralt för denna artikels syfte och frågeställningar, berörs de fortsättningsvis endast i mer kortfattade ordalag. För mer detaljerade resonemang om metodiska överväganden, se Berglund: *Mordförpackningar*, 17–19 samt tillhörande noter, 193–195.
2. För sådana perspektiv på svenska författare och på det svenska litteratursamhället, se t.ex. Lenemark: *Sanna lögnen*; Forslid & Ohlsson: *Författaren som kändis* eller Sarrimo: *Jagets scen*.
3. Jfr. Samuelsson: *Kritikens ordning*, 29–133.
4. För ett svenskt exempel, se t.ex. Nyblom: *Ryktbarhetens ansikte*.
5. Phillips: "How Books Are Positioned in the Market", 21; Squires: *Marketing Literature*, 87.
6. Se Berglund: *Deckarboomen under lupp*, 51–53.
7. De 24 deckarförfattarna och deckarförfattarparen är i fallande ordning efter antal pocketutgåvor i urvalet: Håkan Nesser (14), Anna Jansson (11), Arne Dahl (10), Åke Edwardson (10), Kjell Eriksson (10), Helene Tursten (9), Mari Jungstedt (8), Liza Marklund (8), Camilla Läckberg (7), Henning Mankell (7), Karin Wahlberg (7), Thomas Kanger (6), Leif G.W. Persson (6), Mons Kallentoft (5), Anders Roslund & Börge Hellström (5), Aino Trosell (5), Karin Alvtogen (4), Jan Guillou (4), Åsa Larsson (4), Stieg Larsson (3), Viveca Sten (3), Johan Theorin (3), Lars Kepler (2), och Jens Lapidus (2).
8. Jfr. Anderson, Miranda & Pezzotti: "Introduction"; Molander Danielsson: *The Dynamic Detective*, 141–174.
9. Jfr. Matthews: "Introduction", xvii; Lundblad: *Om betydelsen av bäckers utseende*, 37 f. För ett svenskt undantag, se Määttä: *Raketsommar*, 45 f.
10. Se t.ex. McKenzie: *Bibliography and the Sociology of Texts*; McGann: *The Textual Condition*.
11. Genette: *Paratexts*, 1–12, ang. legitimeringen särskilt 2.
12. Genette: *Paratexts*, 2.
13. Dahlström: *Under utgivning*, 86.
14. Paratexten utgörs alltså av peritexten och epitexten tillsammans: "paratext = peritext + epitext". (Genette: *Paratexts*, 1–12, citatet 5.)
15. Vidare är böcker och bokomslag det mest kompletta bevarade materialet när det gäller marknadsföring av böcker. Reklamorienterat material sparas sällan av förlagen på ett systematiskt sätt. (Jfr. Darnton: "What Is the History of the Book?", 76; Matthews: "Introduction", xviii.)
16. Genette: *Paratexts*, 344–370.
17. Dessa resonemang gäller tryckta böcker. För e-böcker och annan elektroniskt publicerad litteratur fungerar peritexter delvis annorlunda (jfr. t.ex. Smyth: *Ebooks and the Digital Paratext*).
18. Jfr. Desrochers & Apollon: "Introduction", xxxvi.
19. Genette: *Paratexts*, 16.
20. Jfr. även Määttä: *Raketsommar*, 45, 424.
21. Escarpit: *Litteratursociologi*, 79.
22. Jfr. Phillips: "How Books Are Positioned in the Market", 29.
23. Edwardson: *Den sista vintern*, baksida.
24. Jfr. Miller: "The Best-Seller List"; Grøn: "The Bestseller List"; Helgason, Kärholm & Steiner: "Introduction", 16–20.
25. Kepler: *Hypnotisören*, baksida. Författarpresentationernas likheter med de litterära agenternas språkbruk är ingen tillfällighet, eftersom svenska deckares globala succéer och etableringen av svenska litterära agenter hänger intimt samman. Se Berglund: *A Turn to the Rights*, 74–77.

26. Hemmungs Wirtén: *Global Infatuation*, 62. Ett liknande förhållande finns antagligen inom flera populärlitterära genrer som vetter åt det kommersiella. För Bourdieus diskussion om den inverterade logiken, se t.ex. Bourdieu: *Konstens regler*, 139 f., 215 f.
27. Marklund: *Sprängaren*, fram-sidans insida.
28. Guillou: *Madame Terror*, extra-materialet 2–6; Guillou: *Fienden inom oss*, extramaterialet 5–7.
29. Roslund & Hellström: *Box 21*, extramaterialet 2.
30. Roslund & Hellström: *Box 21*, extramaterialet 10.
31. Larsson: *Till dess din vrede upphör*, [33].
32. Jansson: *Pojke försvunnen*, [300].
33. Jfr. t.ex. Phillips: "How Books Are Positioned in the Market", 19 f.
34. Jfr. Arping: *Den anspråksfulla blygsamheten*, 137, 144. Det ska dock påpekas att det naturligtvis är möjligt att förlaget har varit inblandat i utformningen också av peritexter med författaren som avsändare, men att det inte förändrar deras status av att vara författar- auktoriserade. Av betydelse i det här sammanhanget är alltså främst vad som kommuniceras till läsaren.
35. Kallentoft: *Midvinterblod*, [5].
36. Theorin: *Nattfåk*, [386].
37. Sten: *I den innersta kretsen*, [319].
38. Genette: *Paratexts*, 2.
39. Genette: *Paratexts*, 410.

Litteratur

- Anderson, Jean, Carolina Miranda & Barbara Pezzotti: "Introduction". I Jean Anderson, Carolina Miranda & Barbara Pezzotti (red.): *Serial Crime Fiction: Dying for More*, Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2015, 1–7.
- Arping, Åsa: *Den anspråksfulla blygsamheten. Auktoritet och genus i 1830-talets svenska romandebatt*, diss. Göteborgs universitet, Stockholm/Stehag: Symposion, 2002.
- Berglund, Karl: *Deckarboomen under lupp. Statistiska perspektiv på svensk kriminallitteratur 1977–2010*, Uppsala: Avd. för litteratursociologi, Uppsala universitet, 2012.
- Berglund, Karl: "A Turn to the Rights: The Advent and Impact of Swedish Literary Agents". I Jon Helgason, Sara Kärrholm & Ann Steiner (red.): *Hype: Bestsellers and Literary Culture*, Lund: Nordic Academic Press, 2014, 67–87.
- Berglund, Karl: *Mordförpackningar. Omslag, titlar och kringmaterial till svenska pocketdeckare 1998–2011*, Uppsala: Avd. för litteratursociologi, Uppsala universitet, 2016.
- Bourdieu, Pierre: *Konstens regler. Det litterära fältets uppkomst och struktur*, Stockholm/Stehag: Symposion, 2000 [orig. 1992].
- Dahlström, Mats: *Under utgivning. Den vetenskapliga utgivningens bibliografiska funktion*, Borås: Valfrid, 2006.
- Darnton, Robert: "What Is the History of the Book?", *Daedalus*, 111, 1982:3, 65–83.
- Desrochers, Nadine & Daniel Apollon: "Introduction". I Nadine Desrochers & Daniel Apollon (red.): *Examining Paratextual Theory and its Applications in Digital Cultures*, Hershey: IGI Global, 2014, xxix–xxxix.
- Edwardson, Åke: *Den sista vintern*, Stockholm: Mån-pocket, 2009 [orig. 2008].
- Escarpit, Robert: *Litteratursociologi*, Stockholm: Wahlström & Widstrand, 1970 [orig. 1958].
- Forslid, Torbjörn & Anders Ohlsson: *Författaren som kändis*, Malmö: Roos & Tegnér, 2011.
- Genette, Gérard: *Paratexts: Thresholds of Interpretation*, Cambridge & New York: Cambridge University Press, 1997 [orig. 1987].

- Grøn, Rasmus: "The Bestseller List and its (Dis) contents: The Construction of 'the Bestsellers'", *Akademisk kvarter. Tidskrift för humanistisk forskning*, 7, 2013:2, 19–33.
- Guillou, Jan: *Madame Terror*, Stockholm: Pocketförlaget, 2007 [orig. 2006].
- Guillou, Jan: *Fienden inom oss*, Stockholm: Pocketförlaget, 2008 [orig. 2007].
- Helgason, Jon, Sara Kärrholm & Ann Steiner: "Introduction". I Jon Helgason, Sara Kärrholm & Ann Steiner (red.): *Hype: Bestsellers and Literary Culture*, Lund: Nordic Academic Press, 2014, 7–40.
- Hemmungs Wirtén: *Global Infatuation: Explorations in Transnational Publishing and Texts: The Case of Harlequin Enterprises and Sweden*, diss. Uppsala universitet, Uppsala: Avd. för litteratursociologi, Uppsala universitet, 1998.
- Jansson, Anna: *Pojke försvunnen*, Stockholm: MånpoCKET, 2008 [orig. 2007].
- Kallentoft, Mons: *Midvinterblod*, Stockholm: Pocketförlaget, 2007.
- Kepler, Lars [pseud. för Alexander Ahndoril & Alexandra Coelho Ahndoril]: *Hypnotisören*, Stockholm: MånpoCKET, 2010 [orig. 2009].
- Larsson, Åsa: *Till dess din vrede upphör*, Stockholm: BonnierpoCKET, 2009 [orig. 2008].
- Lenemark, Christian: *Sanna lögner. Carina Rydberg, Stig Larsson och författarens medialisering*, diss. Göteborgs universitet, Hedemora: Gidlunds, 2009.
- Lundblad, Kristina: *Om betydelsen av böckers utseende. Det svenska förlagsbandets framväxt och etablering under perioden 1840–1914 med särskild hänsyn till dekorerade klotband: en studie av bokbandens formgivning, teknik och relation till frågor om modernitet och materiell kultur*, diss. Lunds universitet, Malmö: Råmus, 2010.
- Marklund, Liza: *Sprängaren*, Stockholm: Ordupplaget, 1998.
- Matthews, Nicole: "Introduction". I Nicole Matthews & Nickianne Moody (red.): *Judging a Book by Its Cover: Fans, Publishers, Designers, and the Marketing of Fiction*, Aldershot: Ashgate, 2007, xi–xxi.
- McCann, Jerome J.: *The Textual Condition*, Princeton: Princeton University Press, 1991.
- McKenzie, Donald F.: *Bibliography and the Sociology of Texts*, Cambridge: Cambridge University Press, 1999.
- Miller, Laura J.: "The Best-Seller List as Marketing Tool and Historical Fiction", *Book History*, 2000, 286–304.
- Molander Danielsson, Karin: *The Dynamic Detective: Special Interest and Seriality in Contemporary Detective Series*, diss. Uppsala universitet, Studia Anglistica Upsaliensia, 121, Uppsala: Uppsala universitet, 2002.
- Määttä, Jerry: *Raketsommar. Science fiction i Sverige 1950–1968*, diss. Uppsala universitet, Lund: Ellerströms, 2006.
- Nyblom, Andreas: *Ryktbarhetens ansikte. Verner von Heidenstam, medierna och personkulten i sekelskiftets Sverige*, Stockholm: Atlantis, 2008.
- Phillips, Angus: "How Books Are Positioned in the Market: Reading the Cover". I Nicole Matthews & Nickianne Moody (red.): *Judging a Book by Its Cover: Fans, Publishers, Designers, and the Marketing of Fiction*, Aldershot: Ashgate, 2007, 19–30.
- Roslund, Anders & Börge Hellström: *Box 21*, Stockholm: PiratpoCKET, 2006 [orig. 2005].
- Samuelsson, Lina: *Kritikens ordning. Svenska bokrecensioner 1906, 1956, 2006*, Karlstad: Bild, text & form, 2013.
- Sarrimo, Cristine: *Jagets scen. Självframställning i olika medier*, Göteborg: Makadam, 2012, 155–183.
- Smyth, Patrick: "Ebooks and the Digital Paratext: Emerging Trends in the Interpretation of Digital Media". I Nadine Desrochers & Daniel Apollon (red.): *Examining Paratextual Theory and its Applications in Digital Cultures*, Hershey: IGI Global, 2014, 314–333.
- Squires, Claire: *Marketing Literature: The Making of Contemporary Writing in Britain*, Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2007.
- Sten, Viveca: *I den innersta kretsen*, Stockholm: MånpoCKET, 2010 [orig. 2009].
- Theorin, Johan: *Nattfåk*, Stockholm: MånpoCKET, 2009 [orig. 2008].