

MAGISTERUPPSATS I BIBLIOTEKS- OCH INFORMATIONSVETENSKAP  
VID INSTITUTIONEN BIBLIOTEKS- OCH INFORMATIONSVETENSKAP/BIBLIOTEKSHÖGSKOLAN  
2008:62  
ISSN 1654-0247

“Det var väl ändå litteratur det hela skulle handla om?”  
– En idéanalys av värderingar kring Augustpriset i svensk dagspress

SARA URGER



HÖGSKOLAN I BORÅS  
VETENSKAP FÖR PROFESSION

© Sara Urger

Mångfaldigande och spridande av innehållet i denna uppsats  
– helt eller delvis – är förbjudet utan medgivande.

Svensk titel: "Det var väl ändå litteratur det hela skulle handla om?" – En idéanalys av värderingar kring Augustpriset i svensk dagspress

Engelsk titel: "Wasn't it supposed to be about literature?" – An idea analysis of values expressed towards Augustpriset in the Swedish press

Författare: Sara Urger

Kollegium: 1

Färdigställt: 2008

Handledare: Christian Swalander

**Abstract:** The aim of this Master's thesis is to examine values expressed towards the Swedish literary award Augustpriset in a selection of articles from Swedish newspapers published between the years 2000-2007. The questions posed in the study are: What types of values concerning Augustpriset are expressed in a selection of cultural journalistic articles? How is the relationship between intellectual culture and commercial culture reflected in the articles? How are positive and negative standpoints justified? How can Augustpriset and the journalists be understood as parts of intraconversion on the literary field?

The study's qualitative textual analysis is theoretically based on Pierre Bourdieu's theory of the literary field. The method used for analysing the articles is idea analysis using dimensions constructed from Bourdieu's description of two polarities, the intellectual and the commercial, of the literary field. Also used as a theoretical tool is John F. English's term intraconversion.

The results of the study indicate that a majority of the journalists express scepticism towards the commercial aspects of Augustpriset, and that commercial interests are sometimes perceived to be affecting the process of nomination, voting and awarding of the award. The results also indicate that intellectual culture is given higher value than commercial culture, hence the values expressed can be assigned to the dimension constructed from the intellectual pole.

Nyckelord: litteratursociologi, litterära priser, Augustpriset, idéanalys, värderingar, dagspress, Pierre Bourdieu, det litterära fältet

Citatet i uppsatsens titel är hämtat från en artikel av Carl Otto Werkelid; "Grattis - till pristagare och bokläsare". Kommentar: Augustpriset 2006" *Svenska Dagbladet* 2006-12-04.

<b>1. INLEDNING .....</b>	<b>1</b>
1.1 BAKGRUND .....	2
1.2 RELEVANS FÖR BIBLIOTEKS- OCH INFORMATIONSVETENSKAPEN .....	4
1.3 SYFTE OCH FRÅGESTÄLLNINGAR .....	6
1.4 AVGRÄNSNINGAR .....	7
1.5 SÖKPROCESS .....	7
1.6 DEFINITIONER .....	8
<b>2. TIDIGARE FORSKNING OCH LITTERATURGENOMGÅNG .....</b>	<b>9</b>
2.1 SAMMANFATTANDE DISKUSSION .....	15
<b>3. TEORI.....</b>	<b>18</b>
3.1 PIERRE BOURDIEUS FÄLTTEORI.....	18
3.2 DET LITTERÄRA FÄLTET .....	19
3.3 INTRACONVERSION OCH DE KULTURELLA PRISERNAS ROLL .....	20
<b>4. METOD .....</b>	<b>22</b>
4.1 IDÉANALYS .....	22
4.2 TILLÄMPNING AV IDÉANALYS I UPPSATSEN.....	24
4.2.1 <i>Analysapparat</i> .....	24
4.3 MATERIAL OCH URVAL .....	26
<b>5. RESULTAT .....</b>	<b>28</b>
5.1 ANALYS .....	28
5.1.2 <i>Idén om den rena konsten</i> .....	28
5.1.3 <i>Idén om kulturen som vara</i> .....	31
5.2 SAMMANFATTNING AV ANALYS .....	33
<b>6. DISKUSSION.....</b>	<b>35</b>
6.1 VILKA VÄRDERINGAR KOMMER TILL UTTRYCK I DISKUSSIONER KRING AUGUSTPRISET I ETT URVAL AV KULTURJOURNALISTISKA ARTIKLAR? .....	35
6.2 HUR SPEGLAS FÖRHÅLLET MELLAN INTELLEKTUELL KULTUR OCH KOMMERSIELL KULTUR I ARTIKLARNA? .....	36
6.3 HUR MOTIVERAS POSITIVA OCH NEGATIVA STÅNDPUNKTER I ARTIKLARNA? .....	38
6.4 HUR KAN AUGUSTPRISET OCH ARTIKELFÖRFATTARNA FÖRSTÅS SOM DELAR AV INTRACONVERSION PÅ DET LITTERÄRA FÄLTET?.....	38
6.5 AVSLUTANDE REFLEKTIONER .....	40
<b>7. SAMMANFATTNING .....</b>	<b>43</b>
<b>LITTERATURFÖRTECKNING.....</b>	<b>45</b>
<b>BILAGA – REFERAT AV ARTIKLAR .....</b>	<b>48</b>

# 1. Inledning

Under 1900-talet har det skett en markant ökning i antal av olika former av kulturella priser, en utveckling som kan sägas ha startats av Nobelpriset i litteratur. Att så många nya priser har instiftats under det senaste århundradet, samt att de fortsätter att väcka uppmärksamhet tyder på att de fyller en viktig funktion i kultursfären och även samhället i stort. I en flod av mediala uttryck som är större än någonsin krävs något extra för att ett litterärt verk, en film eller en musiker ska få uppmärksamhet, och det är kanske denna funktion hos de kulturella priserna som är mest påtaglig. Men, de fyller också en större funktion i fråga om alstring av status och prestige på det kulturella fältet. De kulturella priserna är viktiga instrument i den process där, för att tala med sociologen och kulturanthropologen Pierre Bourdieu, olika former av kapital ”handlas med”. I tidningsrapporteringen kring litterära och andra kulturella priser gömmer sig uppfattningar om kulturens väsen och hur den bör behandlas. Det handlar ofta om kommersialitet kontra kultur; delas de kulturella priserna ut för att premiera särskilt högtstående verk, eller är de ett instrument för att öka försäljningen? Och, vilken funktion är i så fall mest önskvärd? Vissa menar att Augustpriset tillhör den kategori av litterära priser som har som primärt mål att öka bokförsäljningen, och att Augustpriset verkar vara mer ute efter att skapa bästsäljare än att belöna dem (Elam 2001, *Borås Tidning*, 2001-10-21, Sida: 17; Svedjedal 2006, *Dagens Nyheter*, 2006-12-07, Sektion: Kultur, Sida: A04).

Det finns ett stort antal litterära priser i Sverige, och antalet kommer säkert att öka. På en lista sammanställd och publicerad på Internet av informations- och lånecentralen i Malmö, kan man, i april 2008, räkna till inte mindre än 87 olika svenska och samnordiska priser (<http://www2.malmo.stadsbibliotek.org/nils/litterat/priser.html> [2008-04-25]). Augustpriset är ett av dessa som får mycket utrymme och uppmärksamhet i pressen, och som också påverkar den svenska bokmarknaden, i fråga om försäljningssiffror.

Augustprisets syfte är att årligen uppmärksamma och belöna de bästa nyutkomna böckerna av svenskspråkiga författare. Sedan 1989 delar Svenska Förläggareföreningen ut Augustpriset för årets svenska skönlitterära bok. Priskategorierna utökades 1992, och nu delas Augustpris ut även till årets svenska fackbok samt årets barn- och ungdomsbok.

Alla svenska bokförlag får anmäla titlar till Augustpriset. De böcker som anmäls skall vara originalutgåvor, vilket innebär att de ej tidigare har publicerats i bokform, samt vara utgivna under perioden mellan oktober månad föregående år och oktober månad innevarande år. De exakta datumen fastställs varje år av Svenska Förläggareföreningens styrelse. Det är tillåtet att böcker sänds in i manuskript- eller korrekturform, helst med tillhörande provtryck på bildmaterial, i väntan på färdig bok. Samtliga anmälda titlar skall sedan skickas in i färdigt skick så snart de är tillgängliga. Juryerna har även rätt att efterfråga icke anmälda titlar. Varje anmäld titel skickas av förlagen in i fem exemplar, och samtidigt betalas en anmälningsavgift in.

För varje priskategori finns en jury, bestående av fem ledamöter varav en ordförande. Dessa ledamöter utses av Svenska Förläggareföreningens styrelse. Juryerna nominerar de sex bästa titlarna av de anmälda verken i varje kategori, och dessa nomineringar

tillkännages i mitten av oktober. Därefter skall berörda förlag snarast skicka ett exemplar av de nominerade böckerna till varje elektor i den aktuella kategorin. Vinnaren i respektive kategori utses av en elektorsförsamling bestående av 21 elektor, genom sluten omröstning. Elektorerna utses bl.a. efter förslag från Svensk Biblioteks förening och Svenska Bokhandlare föreningen, och skall bestå av bibliotekarier, bokhandlare, litteraturkritiker och/eller andra personer som bedöms ha relevant kompetens för uppdraget.

Omröstningen i elektorsförsamlingarna sker i november, och den bok som får flest röster i respektive kategori tilldelas Augustpriset. Vinnarna tilldelas en prissumma på 100 000 kr samt en bronsstatyett gjord av konstnären Mikael Fare. Prisutdelningen äger rum på Augustgalan i början av december ([www.augustpriset.info](http://www.augustpriset.info) [2008-02-10]).

Då jag själv har ett stort litteraturintresse, och tycker att det är intressant med utmärkelser som ges till författare och litterära verk, började jag fundera kring detta. Till en början var jag intresserad av diverse olika faktorer som rörde just Augustpriset, som t.ex. att det oftast är de stora förlagen som kammar hem priserna och att ett lyrikverk bara har vunnit en enda gång i den skönlitterära klassen under prisets 19 åriga historia. När jag läste ett antal tidningsartiklar i ämnet upptäckte jag att det florerade ganska många åsikter kring Augustpriset och jag blev intresserad av vad dessa åsikter kunde tänkas vara ett uttryck för och vilken typ av värderingar de representerade.

Om de värderingar kring Augustpriset som kommer till uttryck i artiklar som skrivs om priset kommer denna uppsats att handla.

## **1.1 Bakgrund**

John F. English, professor i engelska vid universitetet i Pennsylvania, USA, talar i sin bok *The Economy of Prestige: Prizes, Awards and Circulation of Cultural Value* (2005) om det kulturella priset, dess olika skepnader samt dess närmast explosionsartade utveckling och spridning under det gångna århundradet.

Att kartlägga historien om det moderna kulturella priset menar John F. English är en i det närmaste övermäktig uppgift. Hur ska någon kunna hålla koll på alla nya priser som poppar upp som svampar ur jorden? Det råder bland vissa en känsla av att det kulturella universumet har blivit helt genomsyrat av priser – att det snart finns fler priser än som kan rättfärdigas (English 2005, s.17). Denna explosion av nya priser gäller inte bara det litterära fältet, det är ett generellt drag i hela det samtida kulturlivet där priser föder andra priser och så vidare, och skapar ett slags ”cultural frenzy” (ibid., s.18).

Kulturfären och de kulturella priserna existerar dock inte i ett vakuum. Andra delar av vårt samhälle har också expanderat under det senaste århundradet; befolkning, ekonomi, och kulturproduktion etc. Expansionen av kulturproduktion och distribution kan dock bara förklara en liten del av de kulturella prisernas tillväxt (ibid., s.19). John F. English menar att alla typer av kulturarbetare ständigt på ett sätt bär med sig allt de vunnit. Det refereras till deras olika vinster i allt från intervjuer och på bokomslag till tidningarnas minnesskrifter. Priset, mer än något annat, definierar konstnären; en person beskrivs som ”*Academy Award-winning actress*” etc. (English 2005, s.20f). Detta kan bidra till känslan att det finns alldeles för många priser, men det visar också en ihållande vilja och

känsla av skyldighet hos journalister och andra att acceptera den påstådda likställningen och sambandet mellan kulturella priser och kulturellt värde. Medaljerna och troféerna accepteras som legitima mätvärden för en persons kulturella värde. Priser fortsätter att tjäna som de mest framgångsrika tillgångarna i den kulturella ekonomin, trots att de troligen riskerar att snart fastna i en slags dödlig inflationsspiral (ibid., s.22). English trycker på att priser inte är ett hot mot eller en förpestning av ett ”äkta kulturellt fält” med praktiker som de inte har något med att göra. Istället menar han att priserna i högsta grad är kulturell praktik i sin typiska samtida form (English 2005, s.26).

De moderna kulturprisernas era kan sägas inledas 1901 när Nobelpriset i litteratur delas ut första gången. Detta pris är kanske det äldsta pris som är i stort sett samtida; det är inte så mycket en historisk artefakt som en faktisk del av vår egen tid. Inom loppet av endast tre år efter det att den första nobelceremonin ägde rum i Stockholm hade både Goncourt-priset och Femina-priset grundats i Frankrike. Joseph Pulitzer deklarerade också under denna tid sina planer på att, efter Alfred Nobels modell, starta en serie årliga pris för litteratur och journalistik i USA (English 2005, s.28). Andra kulturområden, som inte tidigare verkar ha påverkats av nya litterära prisers ankomst, började också snart visa tecken på ”Nobel-avundsjuka”. Denna process som nu hade satts i rörelse skulle komma att leda till att det vid slutet av 1900-talet fanns ett eget ”Nobel-aktigt” pris i varje kulturellt fält/subfält – musik, konst etc. Och för varje sådant pris skulle det uppstå hundratals, nästan tusentals, mer differentierande varianter. Dock, menar English, bör man vara försiktig med att underskatta den period som föregick Nobelpriset, trots att detta markerade gryningen för en ny och särskilt intensiv epok i de kulturella prisernas historia (ibid., s.29).

Redan på 600-talet f. Kr fanns priser för olika typer av konstnärer i samband med olika festivaler för musik, poesi och dramatik i Grekland, varav de mest berömda var tävlingarna i dramatik i Athen. Sådana festivaler med priser knutna till sig förekommer även idag; t.ex. filmfestivalen i Cannes som kulminerar i utdelningen av guldpalmen, diverse teater- och musikfestivaler etc. Även om ett pris inte är officiellt knutet till någon form av fest/festival, finns ofta stark sammankoppling mellan festivitet och pris. Som lysande exempel kan nämnas the Academy Awards (Oscarsgalan) då hela Los Angeles fylls av festligheter både innan och efter själva galan, festligheter som alla på något sätt anknyter till galan. (ibid., s.30ff).

Under senare delen av renässansen samt under upplysningen grundas de stora nationella akademierna för konst och vetenskap, vilka utsätter kulturarbetare och deras produkter för strikt övervakning och disciplin. Mest betydelsefulla var de franska akademierna för litteratur och konst, grundade 1635 resp. 1648. Succén för de franska akademierna ledde till bildandet av liknande akademier i flera andra länder och påskyndade processen genom vilken produktion av konst och konstnärligt värde hamnade under nationella byråkratiers kontroll (ibid., s.37). Den viktigaste agendan för de franska akademierna, och för akademier generellt, var att främja akademismen i sig. Dessa institutioner strävade efter att säkra och utvidga sin egen auktoritet, och försäkra att de värdehierarkier som fanns på det nationella kulturfältet kopplades tillbaka till akademierna själva, direkt eller indirekt. Hur viktig en konstnär var kunde endast mätas i termer av hennes relation till akademien och dess standarder för utbildning och prestation. Var konstnären inte ”akademisk” så var hennes konst inte heller av högt värde, punkt slut. Akademiens uppgift var alltså att göra sig själva till absoluta auktoriteter och givare av värde över så stor del av det kulturella fältet som möjligt. På

det sättet kan akademierna sägas ha haft en slags naturlig fallenhet för priser och prisutdelning. De flesta akademier åtog sig uppgiften att finansiera priser och medaljer av olika slag (English 2005, s.38f).

Vad gäller mer ekonomiska aspekter på bokmarknaden talar Johan Svedjedal, professor i litteraturvetenskap och särskilt litteratursociologi, i sin bok *Författare och förläggare* (1994) bland annat om förlagsbranschen i allmänhet samt om dagens svenska bokmarknad. Svedjedal tar även upp förhållandet mellan vad han kallar kulturell prestige och pengar, eller förhållandet mellan kulturellt och ekonomiskt kapital på bokmarknaden. Han menar att de mest ansedda deltagarna på det litterära fältet på kort sikt gör de *minst* direkta ekonomiska vinsterna. På detta sätt får förlagen på ett vis betala för kulturell prestige genom att ge ut icke lönsamma författare – och författarna får pengar mot prestige. Svedjedal använder Pierre Bourdieus termer och menar att aktörerna byter kulturellt kapital mot ekonomiskt. Förlag som sysslar med kvalitetsutgivning måste acceptera att vänta länge på sina vinster; kan förlagen inte det så är det svårt att syssla med sådan utgivning. Det betyder något för förhållandet mellan författare och förlag, och även de som inte skriver bestsellers kan vara nyttiga för ett förlag. (Svedjedal 1994, s.24) Omvänt, fortsätter Svedjedal, kan ett förlag som sysslar med smal kvalitetslitteratur förlora prestige genom att råka ge ut en författare som blir väldigt framgångsrik. Svedjedal menar att det på det litterära fältet finns en motsättning sedan gammalt mellan ekonomiskt och kulturellt kapital, och de vinster förlagen gör får bara komma på lång sikt om de ska vara riktigt ”okey” (ibid., s.25).

Den franske sociologen och kulturanthropologen Pierre Bourdieu har bland mycket annat utarbetat en teori som rör de olika former av kapital som människor besitter och skaffar sig inom olika sociala fält. Ett sådant fält är det litterära fältet vilket, med Bourdieus ord, är ett ”fält för kulturell produktion”. Inom detta fält finns olika aktörer, som författare, förlag etc. som kämpar om något för dem gemensamt, vilket t.ex. kan vara rätten att bedöma litterär kvalitet. På det litterära fältet finns en polaritet mellan två ytterligheter, vilka Bourdieu kallar poler; en kommersiell pol där kulturen ses som vilken vara som helst, och en intellektuell pol där det litterära fältets symboliska kapital väger tyngre än ekonomiskt kapital. Det litterära fältet har även egna inrättningar, som Bourdieu kallar konsekurationsinstanser, vilka hallstämplat eller ger vissa verk upphöjd status. Dessa instanser finns t.ex. i form av litteraturkritiker och välrenommerade förlag, men ett litterärt pris, som t.ex. Augustpriset, torde också höra till dessa instanser (Broady 1998, passim.).

## **1.2 Relevans för biblioteks- och informationsvetenskapen**

Biblioteks- och informationsvetenskap är ett tvärvetenskapligt och numera mycket brett ämne, menar Lars Höglund, professor vid institutionen Biblioteks- och informationsvetenskap/Bibliotekshögskolan vid Högskolan i Borås.

I fokus för ämnet står frågeställningar som, i stora drag, rör förmedlingen av information och kultur vilken vanligen är lagrad i någon form av dokument. Frågor som undersöks inom ramen för biblioteks- och informationsvetenskap kan beröra och låna verktyg och perspektiv från en mängd andra ämnesområden, men biblioteks- och informationsvetenskapliga perspektivet är styrande även när andra ämnen tangeras (Höglund 2000, s.2). Ämnet har sin bakgrund i flera fenomen, så som

biblioteksväsendet, folkbildningen, informationstillväxten samt informationsteknologins utveckling. Som sagt beskrivs ämnet ofta vara tvärvetenskapligt, med tyngdpunkt på samhällsvetenskap och humaniora, men för den delen inte helt utan en teknisk aspekt (Höglund 2000, s.5).

Det vetenskapliga område som denna uppsats rör sig inom är litteratursociologin. Litteratursociologin kan, enligt uppslagsverksdefinitionen, beskrivas som en vetenskapsgren inom litteraturvetenskapen och kultursociologin, där syftet är att analysera relationerna mellan samhälle och dikt samt beskriva litteraturen som system och institution (www.ne.se [2008-04-24]). Litteratursociologin har koppling till biblioteks- och informationsvetenskapen, bland annat på så sätt att delområdet litteratursamhället inom litteratursociologin, och vad det innefattar, är ett angeläget område för båda vetenskaperna (se mer om detta område nedan). Vidare förekommer litteratursociologi i utbildningarna i biblioteks- och informationsvetenskap i Sverige, t. ex. vid Bibliotekshögskolan i Borås, samt även vid utbildningarna i Norge och Danmark.

Lars Furuland, professor emeritus i litteraturvetenskap vid Uppsala universitet samt grundare av avdelningen för litteratursociologi vid dess litteraturvetenskapliga institution, menar att litteratursociologins främsta uppgift bör vara att studera växelverkan mellan samhälle och dikt. Litteratursociologin är inte en viss forskningsmetod, utan bör mer betraktas som en samlingsbeteckning för en speciell inriktning som i olika sammanhang använder sig av olika metoder och teorier (Furuland 1997, s.19). En viktig del av den litteratursociologiska inriktningen är studiet av litteraturen som institution och process, och hur denna fungerar. Den litterära processen har tre huvudled; *produktion*, där författaren står för det konstnärliga och förläggaren för materiell utformning, *distribution* och *konsumtion*. Parallellt med ett verks väg genom processen sker ett inordnande av det genom olika urvalsinstrument, t.ex. kritik, i ett eller flera värderingssystem. Detta är av stor betydelse för verkets möjligheter att nå fram till ett nämnvärt antal mottagare eller läsare (ibid., s.38).

Johan Svedjedal, professor vid och föreståndare för avdelningen för litteratursociologi vid Uppsala universitets litteraturvetenskapliga institution, menar att den litteratursociologiska forskningsinriktningen inte är enbart nutidsorienterad, utan har ett historiskt perspektiv. Analyser av litterära verk kombineras gärna med undersökningar av litteraturens yttre villkor, med utgångspunkten att söka förbindelser mellan textuella fenomen och kontextuella fenomen (Svedjedal 1997, s.69). Syftet med litteratursociologisk forskning, menar Svedjedal, är att analysera hela den litterära processen, inklusive de litterära verkens verkningsmedel och strukturer. Mer precist är det här en strävan efter att systematiskt analysera relationerna mellan skönlitteratur och samhälle (ibid., s.72). Litteratursociologins forskningsinriktning kan vidare delas upp i tre underområden, vilka Svedjedal benämner och beskriver som följer:

- **Samhället i litteraturen**

Inom detta område riktas fokus mot hur skönlitteraturen skildrar samhället, och hur den skapar bilden av ett samhälle (ibid.).

- **Litteraturen i samhället**

Här studeras hur skönlitteraturen fungerar som opinionsbildare, politisk kraft och förmedlare av idéer. Särskilt finns intresse för litterära kampanjer i sociala frågor och hur dessas genomslag sett ut (ibid., s.73).

- **Litteratursamhället**

Studier inom detta underområde rör främst litteraturens yttre villkor. Som exempel på forskningsområden kan nämnas bokmarknadens utveckling, författarnas försörjning och förlags- och bibliotekshistoria etc. (Svedjedal 1997, s.73).

Min egen uppsats faller inom det sistnämnda underområdet; litteratursamhället. Litterära priser hör till litteraturens yttre villkor, och är menar jag ett av de urvalsinstrument som, vilket berörts ovan, inordnar litterära verk i olika värderingssystem. Till samma underområde, litteratursamhället, hör också andra delar som är verksamma inom det litterära systemet, som t.ex. biblioteken, bokmarknaden och förlagen. Förhållanden inom detta system, där mitt problem ingår, är forskningsproblematik som jag anser lämpar sig att behandla inom biblioteks- och informationsvetenskapen.

Vad jag vill titta närmare på är hur Augustpriset värderas och uppfattas på en arena där sådana kommentarer sker tämligen frekvent, nämligen på dagstidningarnas kultursidor.

### **1.3 Syfte och frågeställningar**

Min avsikt med uppsatsen är att utifrån ett litteratursociologiskt perspektiv, med hjälp av en idéanalys med stöd i Pierre Bourdieus fältteori, studera värderingar kring Augustpriset som uttrycks i journalistiskt material. Särskilt intressant är hur dessa värderingar kan sättas i relation till det litterära fältets intellektuella respektive kommersiella pol. Slutligen är begreppet *intraconversion*, så som det definieras av John F. English med grund i Bourdieus teorier om olika former av kapital, intressant i sammanhanget. Begreppet betecknar den process där omvandlingar av olika former av kapital till andra sker på det kulturella fältet mellan olika aktörer, och jag ämnar undersöka hur detta syns och fungerar i uppsatsens empiriska material.

Jag har alltså valt att fokusera min studie på värderingar som kommer fram i dagspressens kommentarer kring Augustpriset. Utifrån detta övergripande syfte har följande frågeställningar formulerats:

- Vilka värderingar kommer till uttryck i diskussioner kring Augustpriset i ett urval av kulturjournalistiska artiklar?
- Hur speglas förhållandet mellan intellektuell kultur och kommersiell kultur i artiklarna?
- Hur motiveras positiva och negativa ståndpunkter i artiklarna?
- Hur kan Augustpriset och artikelförfattarna förstås som delar av *intraconversion* på det litterära fältet?

För att besvara dessa frågeställningar kommer jag att använda mig av idéanalys. Denna kommer att göras med hjälp av dimensioner konstruerade utifrån två poler på det litterära fältet; den kommersiella och den intellektuella, så som de beskrivs av Pierre Bourdieu, (metoden och tillämpningen av den beskrivs närmare i kap 4 Metod). De två första frågeställningarna kommer att fokuseras på och besvaras mer direkt med hjälp av idéanalysen, medan de två sista kommer att besvaras som följd av idéanalysen. När materialet undersöks kommer sannolikt negativa och positiva ståndpunkter dyka upp, och med de två polerna i åtanke ska jag undersöka och försöka identifiera hur dessa

ståndpunkter motiveras. Begreppet *intraconversion* används som ett teoretiskt redskap, och jag ämnar undersöka mitt material, och det som kommer fram där genom idéanalysen, för att se om eller hur *intraconversion*-processen syns där, och hur den i så fall ser ut.

## **1.4 Avgränsningar**

Min studie gäller Sverige och svenska förhållanden. Jag kommer inte att fokusera på utländska förhållanden i någon särskild utsträckning, möjligen beröra detta flyktigt. Jag kommer inte heller på något djupare sätt att beröra andra svenska litteraturpris, utan min studie rör Augustipriset specifikt.

Det empiriska material som ingår i denna studie består av artiklar ur svensk dagspress, och jag använder alltså inte artiklar ur fackpress. Mer precist är artiklarna kulturjournalistiska artiklar av kommenterande och värderande slag. Vidare betyder detta val av empiriskt material att jag inte använder mig av material från etermedier, så som radio och tv.

Tidsmässigt avgränsas min studie till att gälla artiklar publicerade 2000-2007. Jag upplevde under min sökprocess då jag samlade ihop mitt empiriska material att det skrivits mest om Augustipriset i dagspressen under just denna tidsperiod, och fann därför att denna tidsavgränsning var rimlig. Dessutom handlar i princip alla artiklar i mitt empiriska material om den skönlitterära kategorin av Augustipriset, varför jag håller mig till den delen och inte för några resonemang kring facklitteratur eller barn- och ungdomslitteratur.

För att analysera det empiriska materialet kommer jag att använda mig av Pierre Bourdieus teorier om det litterära fältet. Det är dessa som utgör uppsatsens teoretiska förutsättningar, och således är det dessa och inte andra delar av Pierre Bourdieus arbete som används.

Då det hamnar utanför mitt problemområde, kommer jag inte att i någon större utsträckning behandla den svenska bokbranschen i ett historiskt perspektiv. Jag kommer inte heller att behandla turena kring en litterär kanon, vilket annars skulle kunna anses vara av intresse när det gäller premieringen av vissa litterära verk framför andra.

Slutligen kommer jag inte att fokusera på de vinnande litterära verken. Det jag är intresserad av, och kommer att behandla i min studie, är värderingar kring Augustipriset och vad som sägs om det, och inte de specifika litterära verken.

## **1.5 Sökprocess**

För att hitta det för uppsatsen relevanta empiriska materialet har jag använt mig av artikeldatabaserna Presstext, Artikelsök och Mediarkivet, samt i vissa fall använt mig av de sökfunktioner som finns på dagstidningarnas egna webbsidor för att hitta fulltextversioner av artiklar då sådana inte gått att få via databaserna.

Databasen Artikelsök indexerar artiklar från 1231 svenska tidningar; dagspress, tidskrifter etc. Mediearkivet indexerar artiklar från drygt 200 svenska tidningar och tidskrifter. Presstext innehåller artiklar från 27 svenska dagstidningar och tidskrifter. Databaserna överlappar i viss mån varandra, men tillsammans täcker de in en mycket stor del av i Sverige publicerade tidningsartiklar.

Jag anser att jag genom att använda de ovan nämnda databaserna hittat tillräckligt mycket material som är relevant för min studie. Eftersom databaserna täcker in en sådan betydande del av materialet i svenska dagstidningar bör jag sannolikt inte ha förbigått allt för många artiklar som skulle ha varit relevanta.

## **1.6 Definitioner**

För att klargöra vad jag lägger för innebörd i vissa för uppsatsen viktiga begrepp gör jag här nedan definitioner av dessa.

### **Kultur**

När ordet *kultur* används i uppsatsen ska det uppfattas som kultur i den smala, estetiska betydelsen, och inte kultur i antropologisk mening. I uppsatsen används ordet således med en betydelse som ligger nära den definition Raymond Williams gör av *en* av de betydelser som *kultur* kan ha; ett abstrakt substantiv som beskriver intellektuella och främst konstnärliga aktiviteter och de verk och praktiker som dessa ger upphov till (Williams 1988, s.90). Begreppet *konst* används omväxlande med begreppet *kultur* i uppsatsen, och det används då med samma innebörd i åtanke.

### **Kulturella priser**

Ordet används i uppsatsen med betydelsen; utmärkelser som belönar prestationer i kulturfären, t.ex. litteratur, musik, film etc.

### **Kommersiell**

Adjektivet *kommersiell* syftar, enligt Nationalencyklopedin, på något som i första hand tjänar vinstintressen, och ibland används ordet något nedsättande (www.ne.se [2008-04-24]). Jag stöder mig på denna definition av ordet och i uppsatsen används ordet med denna innebörd i åtanke.

### **Kommersiell kultur och intellektuell kultur**

*Kommersiell kultur* används i uppsatsen med betydelsen; estetisk kultur som producerats med hänsyn till vinstintressen. Motsatsen till kommersiell kultur benämns i uppsatsen ibland som *intellektuell kultur*. Jag stöder mig i dessa definitioner på Pierre Bourdieus benämning av det litterära fältets två poler; den kommersiella polen och den intellektuella polen vilka representerar motsatta ytterligheter av det litterära fältet, och är en del av det litterära fältets grundstruktur (Broady 1998, s.19).

## 2. Tidigare forskning och litteraturgenomgång

Tidigare forskning kring just litterära priser visade sig vara ytterst svår att finna. Mig veterligen finns det ingen omfattande undersökning gjord om litterära priser i Sverige, och det finns inte heller mycket skrivet om Augustpriset specifikt. Därför utgörs den tidigare forskning som bedömts relevant för uppsatsen och som studien stödjer sig på, av forskning kring kulturella priser i en allmän kontext samt kring dagens bokmarknad mer generellt.

Vidare är värt att påpeka att många av de arbeten som refereras till nedan kanske inte är forskning i regelrätt bemärkelse, utan snarare böcker av facklitterär karaktär som behandlar områden som knyter an till uppsatsens problem, och som jag finner det relevant och fruktbart att göra nedslag i för att få olika perspektiv på mitt problemområde. Vad jag ämnar göra med hjälp av nedanstående redogörelse är teckna en slags bakgrund för litteraturens ställning idag, samt ta upp olika perspektiv på kultur och marknad. Kapitlet inleds med en redogörelse för magisteruppsatser som skrivits vid Högskolan i Borås vilka har relevans för min egen uppsats. Därefter vidtar redovisning av den litteratur som är relevant i egenskap av tidigare forskning. Kapitlet avslutas sedan med en sammanfattande diskussion av hela kapitlet.

Det har skrivits ett antal magisteruppsatser vid Högskolan i Borås om kultursyn och debatter rörande detta, många med kulturpolitisk inriktning. Jag redogör för ett urval av dessa nedan. Jag finner det positivt att ta del av dessa då de ger en inblick i hur problem som tangerar mitt eget har undersökts och vad uppsatsförfattarna kommit fram till. Särskilt intressant har det varit att titta på studier gjorda med samma typ av teoretiska förutsättningar som min egen.

Hana Blazkova Widerberg skriver i sin magisteruppsats *Folkbiblioteket är demokratins grundpelare: Dagspressens debatt med anledning av moderaternas Kulturen 2.0* (2008) om debatten kring folkbiblioteken som uppstod i svensk press efter det att moderaterna publicerat sitt kulturpolitiska dokument Kulturen 2.0 (Blazkova Widerberg 2007, s.4). Blazkova Widerberg gör en analys av debatten genom att använda sig av idealtyper konstruerade efter Douglas Rabers modell av tre för folkbiblioteken ideologiska strategier; den sociala, den konservativa och den populistiska strategin (ibid., s.59).

Angelica Holm Johansson har i *Kultur och marknad i svensk kulturpolitik under 1970- och 1990-talen: En kontextuell ideologianalytisk studie* (2005) valt att studera den svenska statliga kulturpolitikens inställning till kultur och marknad med betoning på området litteratur under 1970-talet och 1990-talet. Holm Johansson finner bl.a. att både 1970-talets och 1990-talets kulturpolitik präglas av en skeptisk, i det närmaste antikommersiell inställning till samspelet mellan kultur och marknad. Massproducerad kommersiell kultur anses vara ytlig, och marknadskrafterna anses inte kunna upprätthålla kvalitet och mångfald. Trots förändringar i samhället och den övriga politiken under de tjugofem år som studien fokuserar på verkar inte kulturpolitiken eller statens inställning till kultur, litteratur och marknad förändrats särskilt mycket (Holm Johansson 2005, s.60f).

Veronica Holmqvist behandlar i *Synen på litteratur i 1970-talets och 1990-talet svenska kulturpolitik: en idéanalytisk ansats* (2005) vilka idéer om demokrati som har utmärkt

den svenska kulturpolitiken under 1970-talet och 1990-talet. Holmqvists studie inriktar sig särskilt på litteraturens roll i den svenska kulturpolitiken, och analysmaterialet för studien utgörs av kulturpropositioner och litteraturutredningar (Holmqvist 2005, s.1). Holmqvist kommer bland annat fram till att både dokument från 1970-talet och 1990-talet framhåller ett bildningsideal, då kvalitetslitteraturens betydelse i ett demokratiskt sammanhang uppmärksammas. En ökad tillgång till kvalitetslitteratur ska motverka kommersialismens negativa verkningar på det kulturella utbudet (ibid., s.55 ).

Karin Saldert har i sin uppsats *Kvalitet, läsfrämjande och tillgänglighet - Kulturpolitiska värderingar och litteratur* (2004) undersökt den svenska kulturpolitikens syn på litteraturens värde och kvalitet, samt hur denna syn varierar inom olika delar av kulturpolitiken; Statens Kulturråds litteraturstöd, En bok för alla och Centrum för lättläst (Saldert 2004, s.3f). Saldert finner att det finns två dominerande och konkurrerande synsätt vad gäller litteratur; dels att litteraturen har ett värde i sig, och att det finns något som kan kallas kvalitetslitteratur, och dels att litteraturens värde ligger i läsarens individuella upplevelser av litteraturen (ibid., s.50).

Det har även skrivits ett stort antal uppsatser vid Högskolan i Borås, i vilka Pierre Bourdieus teorier används. Nedan redogörs för ett urval av dessa.

Sylvia Buchberger Lantz tar i *Debatten kring en litterär kanon: En diskursanalys av artiklar på dagstidningarnas kultursidor* (2007) upp den kanondebatt som uppstod på svenska tidningars kultursidor under 2006. Hon gör en diskursanalys av debatten för att se vilka uppfattningar som döljer sig bakom formuleringar och uttryckssätt i debattartiklarna (Buchberger Lantz 2007, s.6). Som hjälp i analysen av det empiriska materialet använder Buchberger Lantz begrepp hämtade från Pierre Bourdieu; habitus, kulturellt kapital, symbolisk kapital etc. Buchberger Lantz definierar bland annat fyra olika diskurser; den nationella diskursen, den globala diskursen, skolningsdiskursen och självbildningsdiskursen, samt definierar kultursyner som de olika diskurserna leder till och reproducerar (ibid., s.52f).

Ylva Larsdotter och Fia Larsson skriver i *"Varje bok skall vara en gatsten": En studie av ideologiska bokförlag på det svenska litterära fältet* (2007) om ett urval ideologiska bokförlag, och intresserar sig särskilt för var de befinner sig på det litterära fältet samt deras villkor och förutsättningar. Undersökningen görs utifrån Pierre Bourdieus teorier om det litterära fältet (Larsdotter & Larsson 2007, s.5). Larsdotter & Larsson finner bland annat att det finns ett nära samband mellan förlagens ideologiska inriktning och deras positionering på fältet, att den ideologiska inriktningen präglar förlagets förhållande till andra aktörer på fältet, samt att förlagens position bestämmer vilken typ av kapital förlaget får och också vilken typ av kapital som eftersträvas (ibid., s.64).

I *Annorlundahet som kapital: Kategorin invandrarförfattare och annorlundahet på det litterära fältet* (2006) behandlar Anja Dahlstedt hur tanken om invandrarförfattare i Sverige tar sig uttryck i recensioner, samt vilka följder denna kategorisering får på det litterära fältet (Dahlstedt 2006, s.7). Som teoretiska hjälpmedel i sin analys använder sig Dahlstedt dels av postkolonial teori och dels av Pierre Bourdieus teori om det litterära fältet (ibid., s.67). Att tillskrivas annorlundahet, finner Dahlstedt, fungerar på det litterära fältet som ett positivt symboliskt kapital för författarna, då kritikerna i samband med framhävandet av annorlundahet ofta värderar debuterna högt. Men, genom att framhäva de fyra författarna som annorlunda exotiserar man också författarna, och

denna exotism bygger på samma stereotypa föreställningar som rasism gör, och begränsar därmed författarnas handlingsutrymme (Dahlstedt 2006, s.68).

Lars Seldén, fil. dr i biblioteks- och informationsvetenskap och verksam som lektor vid Högskolan i Borås, har i sin avhandling *Kapital och karriär: Informationssökning i forskningens vardagspraktik* (1999) studerat samhällsvetenskapliga forskares förhållande till anskaffning av information för sin praktiska yrkesutövning. Seldéns syfte med avhandlingen är att studera forskningens praktik empiriskt med avseende på informationsanskaffning, för att upptäcka skillnaderna i hur information anskaffas mot bakgrund av hur forskning och forskarutbildning kan bedrivas. (Seldén 1999, s.13) Som teoretisk ram för avhandlingen använder sig Seldén av Pierre Bourdieus teoribildning, särskilt hans begrepp sociala fält, ekonomiskt kapital, socialt kapital, symboliskt kapital, kulturellt kapital, habitus och doxa. (ibid., s.100)

I anslutning till mitt problem känns det viktigt att säga något om litteraturens ställning i dagens samhälle. Vissa menar att vi nu lever i ett massamhälle, där kulturen har en mycket stor räckvidd och samtidigt ska tilltala en allt större publik. Att välja ut t.ex. den bästa skönlitterära boken under ett visst år kan vara ett ”knep” för att ge boken uppmärksamhet i det stora flödet av mediala uttryck.

Förläggaren Per I. Gedin menar i *Litteraturen i verkligheten* ([1975] 1996), att kulturen har fått en enorm spridning i massamhället, men att den samtidigt förändrats. Den påverkas av tekniska uppfinningar och underhållnings- och avkopplingsbehov samt central styrning. Kulturen domineras inte av individuellt skapande personer som förr, utan skapandet förvandlas till produktion. Dels ger kulturens numera stora räckvidd en utslätning av utbudet samt skapar en underhållningsindustri, men samtidigt ökar toleransen och viljan att acceptera nya kulturformer, menar Gedin. Men, frågar sig en del, har inte den ekonomiska efterfrågan en kommersialiserande anti-konstnärlig effekt? (Gedin 1997, ibid., s.139f) Den nya masskulturen formar ju också sin publik. Samma saker ska kännas till av alla och därför bör ”varorna” vara så specialiserade som möjligt. Massmediaeffekten ger de böcker, skivor och filmer etc. som slår igenom mycket höga upplagor och publiksiffror, men livslängden för dessa kulturella uttryck är mycket korta eftersom förändringstakten är så hög. Livslängden för böcker i synnerhet blir allt kortare. Klassiker, som ju är beroende av lång livslängd, börjar försvinna från marknaden (om de inte filmas eller visas i tv), menar Gedin (ibid., s.141).

I massamhället har kulturens sociala position försvagats, anser Gedin. Den står inte längre i centrum som symbol för social status. Förr var konsten i dess olika former ett diskussions- och samtalsämne, om än i begränsade kretsar. Så är det inte längre. Konstens utförande i massamhället har skett på ett passiviserande sätt – den exploateras i ekonomiska och ideologiska syften, men har inte längre något socialt eller ”skryt”-värde. Gedin menar att dagens kulturella uttryck gärna blir belönade med stipendier och lovordade på kultursidorna, men existerar isolerade från verkligheten. Frågan är, säger Gedin, om konsten skall leva isolerad från samhället eller kan fungera i massamhället på sina egna villkor och som en central och påverkande del av det (ibid., s.143f).

Diskussionen om finkultur kontra folklig kultur som fortfarande pågick på 1970-talet förekommer inte längre på samma sätt, eftersom motsättningen nu i stort sett försvunnit. Vad som tidigare skulle ha förpassats som kiosromaner får nu bestsellerstatus, ges ut inbundna i bokhandeln sida vid sida med årets nobelpristagare. Framgången som sådan är kriteriet, och inte vilken form kreativiteten har. För 30-40 år sedan, menar Gedin,

sågs de kulturella förändringarna där masskulturen var till för de nya ”massorna”, men nu ses den nya kulturen som vänder sig till *alla*. Den nya dominerande kulturen, Gedin exemplifierar med James Bond-filmer samt författare som Stephen King, konsumeras världen över oberoende av människors sociala status, nationalitet eller inkomst (Gedin 1997, s.147f).

Hans Hertel, professor i nordisk litteratur och särskilt litteratursociologi, talar i *Boken i mediesymbiosens tid* (1997) om bokens ställning i dagens samhälle med dess globala medieindustri. Hertel menar att boken, genom sin integration i denna industri har detroniserats från den klassiska ställning den haft av att vara det gemensamma centrala mediet, till att leva ett osäkert liv som ett medium bland andra (Hertel 1997, s.211). För att böcker ska lyckas bli sålda idag måste de vara ”mediahits”, det vill säga de måste vara nyheter med konversations- och snobbvärde. Vidare ska det helst finnas en samtidighetseffekt kring böckerna, alltså att alla medier sysslar med dem samtidigt (ibid., s.213). Idag finns en övermättnad som präglar alla medier, och därför måste det ske ett urval bland alla uttryck (ibid., s.215).

Värdering av litteratur och inställningar till vad som är bra och dåligt är centrala delar av den sfär där litteraturpris finns. Något jag tidigare berört, bl.a. i uppsatsens inledning, är att diskussioner som förs kring kulturella priser i t.ex. tidningar ofta berör prisernas kommersiella sida och det ifrågasätt ibland om priserna verkligen är till för att premiera särskilt bra litteratur, eller om de är instrument för att öka bokförsäljningen. När det talas om kultur och dess förhållande till det kommersiella så verkar det som om det gärna uppstår en polarisering mellan den kultur som står nära marknaden och den kultur som upplevs stå långt ifrån den. Ju mindre samröre med marknaden en kulturyttring eller kulturproducent har, desto finare är den skulle man lite skämtsamt kunna säga. Detta leder in på en diskussion om vad som betraktas vara ”fint” och ”fult”, eller ”högt” och ”lågt” gällande kulturella uttryck. Då jag som en del i min studie hoppas ta reda på hur förhållandet mellan intellektuell och kommersiell kultur speglas mitt empiriska material, finner jag det intressant och relevant att ta upp denna problematik.

Magnus Persson, fil dr i litteraturvetenskap och lektor i svenska vid Malmö Högskola, har i sin avhandling *Kampen om högt och lågt: Studier i den sena nittonhundratalromanens förhållande till masskulturen och moderniteten* (2002) bland annat undersökt förhållandet mellan den så kallade mass- eller populärkulturen och den höga ”goda” kulturen gällande litterära verk. Han menar att skillnaderna mellan de två litterära kretsloppen, en modell som skapades av Robert Escarpit, har blivit mindre märkbara och att gränserna mellan dem blir alltmer flytande. Det drag av självklarhet och naturlighet som har funnits kring litterär och kulturell normbildning har försvunnit, och det är inte längre en lätt uppgift att se var skiljelinjerna i kulturen går med hjälp av traditionella distinktioner som ”högt” och ”lågt” eller ”fint” och ”populärt” (Persson 2002, s.11). Dock är det inte helt riktigt att påstå att distinktionerna är helt försvunna, snarare är det så att relationen mellan högt och lågt förändrats.

Utgångspunkten när masskulturen ska debatteras verkar för det mesta vara det starka behovet av att upprätta gränser i kulturen. Den höga, goda kulturen definieras t.ex. som masskulturens motsats; den är estetisk, ideologisk och moralisk. Masskulturen utgör det låga, det andra, som måste bekämpas (Persson 2002, ibid., s.19). Det talas också ofta om socialt och kulturellt förfall, vilket skulle yttra sig på så sätt att den genuina och fina konsten förfaller till förmån för en barbarisk kultur som vänder sig till en ”massa” med

ett omätligt begär efter underhållning (Person 2002, s.22). I tänkandet och debatterandet om kulturen, menar Persson, ställs ideligen det höga mot det låga, till och med idag. Det är en mycket seglivad och resistent tankefigur, som kan poppa upp igen när som helst (ibid., s.73).

I boken *Populärkultur – teorier, metoder och analyser* (2005) säger Simon Lindgren, fil. dr och docent vid sociologiska institutionen vid Umeå Universitet, att populärkultur ofta betraktas och definieras som annan kultur än finkultur. Detta är en sätt att definiera som bygger på värdeomdömen som säger att det är möjligt att sortera kulturella uttryck som varande sämre eller bättre. Populärkultur blir ur detta perspektiv en andra klassens kultur som konsumeras av dem som inte har förmågan att förstå eller uppskatta finkulturen (Lindgren 2005, s.34). Lindgren menar dock, som många andra, att distinktionen egentligen är svår att göra, och att dessa gränser som vissa föreställer sig finns mellan fint och fult, inte är särskilt skarpa längre (ibid., s.36).

Det finns också en föreställning om att masskulturen eller populärkulturen har en starkare koppling till marknaden och det kommersiella än den fina kulturen. Gunnar Andrén skriver i *Kultur, kommunikation och kommersialism* (1982) om vad som brukar menas när det talas om kulturkommersialism. Dels, menar Andrén, betonas producentens motiv och avsikter med skapandet av en kulturprodukt. Under kulturkommersialismen är detta skapande motiverat av vinst- eller förvärvsmotiv, eller att producenten försöker anpassa sina produkter efter de avsedda mottagarnas preferenser. Dels, betonas kulturens innehåll. Det som då kännetecknar den kommersiella kulturen är dess undermåliga kvalitet, att den innehåller schabloner och stereotyper etc. Och slutligen betonas att det utmärkande draget för den kommersiella kulturen är dess effekter, eller avsaknad av effekter. Den kommersiella kulturen hotar inte det rådande ekonomiska systemet, utan främjar en konsumerande, passiv livsstil etc. (Andrén 1982, s.36).

Vad ska då betraktas som finkultur? Utifrån hur dess påstådda motsats, populärkulturen, beskrivits ovan borde ju finkulturen vara allt som populärkulturen inte är. Som tidigare nämnts; finkulturen betraktas ofta vara estetisk, ideologisk och moralisk (Persson 2002, s.19). Den är genuin och ren, och mer självständig.

Dag Björkegren tecknar i *Kultur och ekonomi* (1992) en bild av vad finkultur är. Seriös kultur, som han kallar det, är den minsta delen av kulturutbudet men är trots det den som får störst utrymme i massmedia. Samtidigt är den seriösa kulturen den typ av smakkultur som andra smakkulturer värderas utifrån. Finkulturen utmärks av att den konstnärliga formen och det konstnärliga skapandet är det primära för den, och dess skapare har hög status. Innehållet i de kulturella uttryck som tillhör finkulturen uttrycks på ett sofistikerat sätt och ofta finns en strävan efter att bryta olika former av konventioner. För att ta del av denna finkultur krävs ett stort intresse och ibland även en viss högre grad av utbildning (Björkegren 1992, s.22).

John F. English menar i *The Economy of Prestige: Prizes, Awards and Circulation of Cultural Value* (2005) att en vanligt förekommande föreställning i relation till kulturella priser är att uppkomsten, och den markanta ökningen, av priser det senaste århundradet är ett av symptomen på att konsumtionssamhället har löpt amok. Somliga menar att konstnärliga uttryck numera bara uppfattas i termer av berömdhet och succé, och den rika och varierade kulturen ersätts av en ytlig och homogen "McCulture". Sett från

denna synvinkel är inte kulturella priser något att glädjas åt, utan är snarare en förorening av konstens mest värdefulla egenskaper (English 2005, s.2f). Trots detta fortsätter de kulturella priserna att spela en stor roll i kultursfären. Det råder en spänning, menar English, mellan prisernas självklara del i det kulturella livet och deras förmåga att provocera och väcka anstöt. I grunden handlar denna komplexa fråga om konstens förhållande till pengar och politik. Det handlar också om makt och vad som konstituerar specifik kulturell makt, samt om frågor om kulturell status och prestige; hur produceras denna prestige? Var ligger den, hos människor eller hos ting? Vilka regler styr prestigens cirkulation? etc. (ibid., s.3).

I studiet av kulturella priser, anser English, bör hänsyn tas till två olika sorters ekonomier; den ”kulturella” ekonomin och ”penningekonomin”, samt deras förhållande till varandra. English menar att kulturella priser har en slags dubbel eller tvetydig kärna. Dels kan ett kulturellt pris förstås som en gåva, något som inte är kopplat till en marknad och som inte går att köpslå sig fram till. Dels har ordet pris, etymologiskt sett, en stark koppling till begreppet pengar, vilket antyder att det ändå har en koppling till en ekonomisk marknad (English 2005, s.5).

Det kulturella priset är, bland alla kulturella ritualer och praktiker, det som oftast attackeras för sitt kompromissande med marknadens dynamik, och upplevelsen av priset verkar hela tiden svänga mellan priset som genuint kulturarrangemang och priset som en smutsig uppvisning i konkurrens och girighet (English 2005, s.7). Grunden till förklaringen, säger English, om varför det har skett, och sker, en sådan enastående tillväxt både vad gäller antal priser och deras ekonomiska värde, ligger i att det kulturella priset är det bästa instrumentet för att förhandla transaktioner mellan kulturellt och ekonomiskt, kulturellt och socialt eller kulturellt och politiskt kapital. Priserna kan främja utbyte mellan kulturellt och icke-kulturell kapital, t.ex. på så sätt att innehavare av pengar, politisk makt eller sociala kontakter kan bevilja kulturell prestige för sina egna syften, samt att konstnärer som innehar kulturell prestige kan så att säga ”lösa in” detta mot annat kapital än kulturellt (English 2002, s.126). De kulturella priserna är alltså våra mest effektiva agenter för vad John F. English kallar *capital intraconversion* – ung. intern omvandling av kapital, och det är detta som är deras mest värdefulla funktion (English 2005, s.10).

Richard Todd, fil. dr och professor i engelska och engelsk litteratur vid universitetet i Leiden, behandlar i *Consuming fictions: the Booker Prize and fiction in Britain today* (1996) det litterära fältet i Storbritannien med särskilt fokus på Booker-priset (numera Man Booker Prize). Han menar att under perioden mellan andra världskriget och 1980-talet fick seriösa författare i Storbritannien uppmärksamhet antingen genom att en av deras titlar lyckades speciellt bra med att fånga publiken, eller genom att producera en solid utgivning som så småningom fångade fler och fler läsare. Visst fanns det litterära priser att vinna redan då, men de uppmärksammades inte och gavs ingen särskild betydelse av den läsande allmänheten. Priserna marknadsfördes inte heller som något som skulle vara av intresse för läsare av samtida litteratur, köpare eller låntagare (Todd 1996, s.55). Den prestige som de författare som vann dessa priser fick var strikt begränsat till den litterära sfären. Prissummorna var heller inte så stora att en författare, som inte redan var ekonomiskt oberoende, skulle kunna ägna sig åt sitt skrivande på heltid med hjälp av vinstsumman. Inte heller gav priserna någon märkbar effekt på försäljningen av författarens verk (ibid., s.56).

I övergången från 1970-tal till 1980-tal bestod de största bekymren på det svenska litterära fältet i att det kom ut alldeles för många böcker. Många kritiker menade att förlagen inte tog sitt ansvar utgivningens kvalitet, och att vem som helst tilläts publicera sig. Det fanns förhoppningar om att den traditionella romanen snart skulle pånyttfödats, och det talades till och med i positiva ordalag om professionalism och elitkultur (Luthersson 1999, s.611f).

I *Författare och förläggare* (1994) menar Johan Svedjedal att kvalitetsförfattarna på senare tid fått svårare att hitta publik till sina böcker, och publiken har svårare att hitta läsvärda svenska böcker. Försäljningsmässigt befann sig den svenska vuxenromanen i kris vid slutet av åttiotalet, och Svedjedal beskriver det tillspetsat som att försäljningen minskade i samma takt om utgivningen ökade under decenniet. Fler och fler titlar köptes i färre och färre exemplar, och marknaden dominerades av översatt fiktionsprosa (Svedjedal 1994, s.185).

## **2.1 Sammanfattande diskussion**

Boken har, enligt många, blivit ett medium bland ett myller av andra medier och är inte längre det centrala och socialt betydelsefulla kulturella uttrycksmedel som det en gång var. Därför verkar det som, menar jag, att det är avgörande att böckerna får uppmärksamhet och uppbackning av media och andra former av PR för att de verkligen ska bli lästa (och köpta). Litterära priser är en sådan institution som gör att böcker får uppmärksamhet, under förutsättning att priset i sig självt har en sådan ställning på det litterära fältet att massmedia vill rapportera om det. De litterära prisen kan kanske fungera som ett urvalsinstrument för att böcker ska kunna höja sig över övermättnaden. Samtidigt skapar de ”mediahits” som Hans Hertel anser krävs för att böcker ska få tillräcklig uppmärksamhet för att kunna sälja.

I ljuset av vad som tagits upp ovan rörande kultur och kommersialitet är det aktuellt att fundera på om det verkligen finns några kulturyttringar som inte är kommersiella. Ska riktigt skarpa gränser dras borde ju den enda icke-kommersiella kulturen vara sådant som produceras och förmedlas gratis; böcker och skrifter som delas ut på gatan etc. Detta sätt att se det på är visserligen hårddraget i överkant, men att sådana funderingar väcks visar att det är svårt numer att dra gränsen mellan kommersiellt och icke-kommersiellt. Även t.ex. de smala bokförlagen måste nog idag fundera på hur de ska finansiera sin verksamhet. Men, poängen är väl att, den kommersiella konsten är den som skapas efter mer noggrant övervägande om vad som kommer att sälja, och den icke-kommersiella konsten produceras och distribueras med större hänsyn till det konstnärliga uttryckets värde än till framtida försäljningssiffror. En annan intressant aspekt är att det som betraktas vara populärkultur och som tilltalar många på något sätt automatiskt anses besitta lägre kvalitet. Kanske säger det sig självt att något som tilltalar många olika människor inte kan vara så specialiserat, men det kanske inte behöver betyda att det är dåligt.

Som kan ses ovan är det en vanlig åsikt att gränserna mellan högt och lågt, fint och fult samt exklusiv och inklusiv kultur idag är flytande, och att det inte går att tala om masskontra finkultur idag som det gjorde för 30-40 år sedan. Men, ändå ligger dessa föreställningar kvar i bakhuvudet på oss. Som Magnus Persson (2002) säger, den polariserande synen på kultur är en seglivad och trög tankemodell som när som helst

kan titta fram igen lite var som helst. I relation till mitt forskningsproblem är det relevant att hålla detta i minnet. Jag ställer mig tveksam till att uppfattningen om en polarisering av kulturella uttryck i högt och lågt etc. har försvunnit, och vill därför undersöka hur dessa uppfattningar kommer till uttryck i studiens empiriska material.

John F. Englishs (2005) skildring av den motsättningsfyllda inställningen till kulturella priser som kan ses idag är intressant. Det verkar problematiskt att bestämma sig för hur dessa priser bör uppfattas, eller om det är bra eller dåligt för kulturfären att de existerar. Kanske ligger föreställningen kvar att marknad och kultur inte bör blandas ihop för mycket, och därför hamnar de kulturella priserna, vilka är sammansatta av dessa båda världar, lite i kläm. Men, oavsett vad man tycker om dem så verkar de tillmätas stor betydelse i dagens samhälle.

Richard Todd (1996) hävdar att de litterära priserna inte alls hade samma påverkanskraft före 1980-talet, men från och med detta årtionde händer alltså något. Vad det är som händer är dock svårt att få någon klarhet i, och jag kommer inte att fördjupa mig i detta inom ramen för min uppsats, trots att det är en mycket intressant fråga. I en svensk kontext är det, anser jag, frestande att tro att Svensk Förläggareförening instiftar Augustpriset 1989 för att försöka vända den nedåtgående trend som illustrerats ovan med hjälp av Svedjedal (1994). Med backning från just Svenska Förläggareföreningen där så många av de stora förlagen är medlemmar så hade kanske ett pris förutsättningen att verka främjande för svensk litteratur. Detta kan tänkas ha gjorts både med ett slags bildningssyfte; uppmärksamma och sprida den inhemska litteraturen till svenska folket, och ett kommersiellt syfte; få upp försäljningssiffrorna igen och göra svensk litteratur till en marknadskraft att räkna med på den svenska bokmarknaden. Antagligen var syftet att dels slå ett slag för den inhemska litteraturen, som befann sig starkt hotad av översatt litteratur, och dels för litteraturen i stort, som nu tävlade med massor av andra mediala uttryck om publikens uppmärksamhet – och pengar. Värt att påpeka är dock att Svedjedals bok kom ut redan 1994, varför den är en relativt gammal källa och forskningsreferens för en studie som rör sig från år 2000 och framåt. Ändå är den intressant eftersom Svedjedal tar upp bokens ställning i Sverige.

De magisteruppsatser som refererats till ovan knyter alla an till denna uppsats problemområde på något sätt. De uppsatsförfattare som har använt Bourdieus teorier om det litterära fältet använder sig av samma teoretiska ramverk som jag, men har gjort mycket skilda varianter av studier. Buchberger Lantz (2007) och Larsdotter & Larsson (2007) har använt teorier om det litterära fältet, men inte gjort samma typ av studie som jag gjort i min uppsats. Vissa, som t.ex. Blazkova Widerberg (2008) och Dahlstedt (2006), har i sina studier använt samma typ av empiriskt material som min föreliggande studie baseras på, nämligen tidningsartiklar. Blazkova Widerbergs studie var särskilt intressant att ta del av, då hon använder sig av idealtyper i sin analys av det empiriska materialet, en metod som ligger nära den jag använder. Dock har hennes studie till skillnad från min en viss politisk inriktning. I Holm Johanssons (2005) studie berörs inställningar till kultur och marknad och specifikt litteratur, ett ämne som har beröring med mitt användande av Pierre Bourdieus två poler. Det är intressant att Holm Johansson ser att den skepsis mot kommersiell kultur som fanns i 1970-talets kulturpolitik verkar ha överlevt in i 1990-talet, att denna uppfattning om en slags motsättning mellan marknad och kvalitet verkar bestå. Även Holmqvist (2005) resonerar kring detta, och menar att det både i 1970- och 1990-talets kulturpolitik verkar finnas en uppfattning att ökad tillgång till kvalitetslitteratur ska leda till att motverka

kommersialismens negativa verkningar, en motsättning mellan kommersialitet och kvalitet således. I Salderts (2004) studie, där hon finner två olika synsätt på litteratur i olika statliga kulturpolitiska instanser, berörs också detta att det enligt en del finns en kvalitetslitteratur som har ett värde i sig.

De perspektiv jag tagit upp i detta kapitel är relevanta för mitt problemområde på så sätt att man förhållandet mellan kultur och marknad, mellan kommersiell kultur och icke-kommersiell kultur, mellan finkultur och populärkultur tas på olika sätt - allt med särskild hänsyn till litteratur. När det handlar om premierande av särskilda litterära verk anser jag att det är viktigt att ha sådana föreställningar i åtanke. För att kunna prisa särskilt utvalda litterära verk och bestämma t.ex. vilken som är årets bästa svenska skönlitterära bok, måste det rimligen existera en föreställning som säger att viss litteratur är bättre än annan och äger ett högre kvalitativt värde, och i detta kapitel har olika förhållningssätt till detta tagits upp.

Bokens ställning i dagens samhälle påverkar de instanser som har med litteratur att göra, t.ex. litterära priser. Om det är så att boken fått allvarlig konkurrens från andra medier om människors uppmärksamhet så kan det krävas speciella åtgärder för att boken ska behålla en betydande plats i människors medvetande. Litterära priser kan vara en sådan typ av åtgärd, då de, om de blir framgångsrika, lyckas med att både väcka uppmärksamhet kring enskilda verk eller hela författarskap och också förstärker uppfattningen att litteratur är något som är viktigt och värt att uppmärksamma.

### 3. Teori

I detta kapitel presenteras uppsatsens teoretiska utgångspunkter, vilka utgörs av Pierre Bourdieus teorier om det litterära fältet. Avslutningsvis i kapitlet redogörs för John F. Englishs definition av begreppet *intraconversion*, vilket är grundat i Pierre Bourdieus teori och syftar på omvandlingar av kapital på det kulturella fältet.

Den franske sociologen och kulturanthropologen Pierre Bourdieu (1930-2002) är kanske mest känd för den teori om det symboliska och kulturella kapitalet vilken han utvecklade genom analyser av det franska utbildningsväsendet. Han fann att de olika samhällsklasserna, genom att tillägna sig vissa *habitus*, ung. kollektiva livsstilar, bar på särskiljande kännetecken. Dessa sociala distinktioner i sin tur, menade Bourdieu, är bl.a. centrala för hur formeringen och reproduceringen av makteliter kan förstås. Framförallt kartlade Bourdieu den franska medel- och överklassens *habitus* inom konst, litteratur, mode, vetenskap m.m., men utförde även banbrytande fältstudier i Algeriet under 1960-talet av det traditionella bondesamhällets upplösning. Under senare år framträdde Pierre Bourdieu allt mer i medierna som samhällsdebattör (www.ne.se [2008-04-24]).

#### 3.1 Pierre Bourdieus fältteori

Ett *fält* är som en värld för sig, där deltagarna är mer beroende av varandra än av omvärlden. Vidare är ett fält ”ett system av relationer mellan positioner besatta av människor och institutioner som strider om något för dem gemensamt.” (Broady 1998, s.11). På konstens fält t.ex. är det gemensamma som striden gäller definitionen av värdefull konst och auktoriteten att uttala sig om konstnärliga värden (ibid.).

Med *socialt fält*, även kallat konkurrens- eller kampfält, avser Pierre Bourdieu ett område som är föränderligt och inom vilket människor och institutioner, som sagt, strider om något som de har gemensamt, t.ex. rätten att döma om litterär kvalitet inom litteraturens fält. Varje fält har sin egen specifika typ av kapital, och fältbegreppet fungerar bl.a. som ett verktyg för studiet av fördelningen av kapital (ibid., s.14).

Enkelt sagt innebär begreppet *kapital* det samma som symboliska och materiella tillgångar. Pierre Bourdieu skiljer mellan olika typer av kapital; kulturellt, socialt och ekonomiskt kapital. Det kulturella kapitalet kan utgöras av kultiverat språkbruk, kännedom om finkultur etc. Släktband, vänskapsförbindelser och kontakter hör till det sociala kapitalet. Det ekonomiska kapitalet består av materiella tillgångar samt kännedom om ekonomins spelregler. Slutligen kan en tillgång vilken som helst fungera som symboliskt kapital i det sammanhang där det tillerkänns värde. Till exempel kan en civilingenjörsexamen i form av utbildningskapital fungera som symboliskt kapital inom näringslivets fält men inte inom det litterära fältet.

Med begreppet *habitus* avses det system av dispositioner som tillåter människor att tänka, handla och orientera sig i den sociala världen. En människas *habitus* grundläggs genom de vanor hon införlivar i familjelivet och i skolan, och som sedan fungerar som ett seglivat och ofta omedvetet handlingsmönster. *Habitus* kan betraktas som ett slags förkroppsligat kapital. Individens, institutioner eller grupper försök att värna värdet på

sitt kapital eller att förbättra eller försvara sin position, kallas *strategier*. Dessa strategier är ofta mer eller mindre medvetna (Broady 1998, s.13).

### **3.2 Det litterära fältet**

Det litterära fältet, menar Bourdieu, är ett styrkefält som inverkar på alla dem som träder in i det, dock på olika sätt. Ett fält fyllt av konkurrens, där de konkurrerande strävar efter att bevara eller förändra styrkefältet. Själva kampen är den alstrande och enande principen i detta system (Bourdieu 2000, s.336).

För att ett fält ska få kallas ett fält, måste det besitta ett visst mått av *autonomi* som gör att det skiljs åt från andra fält. Det litterära fältet är autonomt därför att det innehar sin egen specifika art av kapital. Det litterära kapitalet består t.ex. av det anseende som vissa författare, genrer, verk, författare eller kritiker åtnjuter. Vidare har det litterära fältet en grundstruktur som definieras av de två polariteterna som Bourdieu beskriver. Dessa är dels en intellektuell kontra en kommersiell pol, samt en ”erkänd” kontra ”icke-erkänd” pol. Fältet har alltså en dimension som uttrycker grad av erkännande och en som uttrycker det specifikt litterära kapitalets tyngd, och dessa dimensioner korsar varandra (Broady 1998, s.19).

Dessutom besitter det litterära fältet en omvänd ekonomi, vilket innebär en ekonomi där aktörerna värderar fältets eget kapital högt, och blundar för verksamhetens materiella betingelser och följaktligen nedvärderar kommersiell succé och andra världsliga mått på framgång. Denna ekonomi är mest framträdande i den del av fältet där det specifika kapitalet väger tyngst (ibid.). Kulturproducentens strategier fördelas enligt den bakvända ekonomins logik mellan två ytterligheter, vilka egentligen aldrig uppnås; den fullkomliga underkastelsen under efterfrågan, och den absoluta självständigheten gentemot marknaden och dess krav (Bourdieu 2000, s.215). Dessa två typer av ekonomisk logik kan beskrivas som att man vid den enda polen finner den rena konstens anti-ekonomiska ekonomi, vilken förkastar den kommersiella ekonomin och strävar efter långsiktig ackumulation av symboliskt kapital. Vid den andra polen tillämpas litteratur- och konstnärsindustriernas ekonomiska logik, vilken betraktar handeln med kulturella varor som vilken handel som helst. Här prioriteras spridning samt omedelbar och tillfällig succé, samt anpassning till efterfrågan (ibid., s.216).

Slutligen innehar det litterära fältet egna inrättningar som hallstämplar (garanterar status eller äkthet hos) verk och författare, ett slags kvalitetsmärkning. Bourdieu kallar dessa inrättningar för konsekrationensinstanser, och inom det litterära fältet finns dessa i form av litteraturkritiker, välrenommerade förlag, litteraturhistoriker, akademier etc. (Broady 1998, s.19).

På det litterära fältet, menar Bourdieu, råder en motsättning mellan de verk som är bestsellers utan morgondag och klassikerna som är bestsellers i ett långt perspektiv bl.a. tack vare utbildningssystemet. I vad Bourdieu kallar ”fältets mest osjälvständiga pol”, alltså den kommersiella, är framgången i sig en garanti för värde, och framgång föder framgång. Men, det verkar som om framgången reducerar ett verks symboliska och icke prissatta egenskaper till det kommersiella utbytets enkla ’ge och ta’ (Bourdieu 2000, s.224f).

Vad gäller de specifika vinsterna på det litterära fältet talar Bourdieu om något han kallar ”den symboliska alkemins logik”. Denna innebär att de investeringar som kulturproducenten gör bara betalar sig om de är (eller verkar vara) utförda utan hopp om att insatsen ska betala sig. Det ekonomiska kapitalet kan endast ge de specifika vinster som fältet erbjuder under förutsättning att de konverteras tillbaka till symboliskt kapital (Bourdieu 2000, s.225).

Skillnaden mellan de ”kommersiella” och de ”kulturella” förlagen i bokbranschen kan beskrivas som att de kommersiella har en kort produktionscykel, medan de kulturella har en lång (Bourdieu 1993, s.199). De kommersiella förlagens kortcykliska produktion är nära förbunden med det system av instanser som ska ’puffa’ för den. Här ingår de litterära priserna, vilka Bourdieu menar fyller samma funktion på det litterära fältet som kollektionerna fyller i modevärlden. Publiciteten kring t.ex. litterära priser ger mycket gratisreklam, i form av tidningsartiklar och annat som skrivs om priset, till de kortcykliska kommersiella förlagen. Förlagen med långcyklisk produktion får praktiskt taget aldrig tillgång till denna gratisreklam i samma utsträckning (Bourdieu 1993, s.205f).

Min föreliggande studie rör vad Bourdieu kallar ”*fälten för kulturell produktion*”. I dessa ingår förutom litteratur också konst, vetenskap och religion. Vad jag vill klargöra är att min studie inte rör *konsumtionsfältet*, där läsare och publik ingår, utan *produktionsfältet*, vari verk, värden och trosföreställningar samt även producenter som författare och konstnärer frambringas (Broady 1998, s.14f). Kulturella, och närmare bestämt litterära, priser torde höra till detta fält.

De för min studie viktigaste delarna av Bourdieus teori bygge är de olika formerna av kapital, samt de kommersiella och kulturella polerna. I relation till kapitalbegreppet talar han, som jag berört ovan, om omvandlingen från t.ex. ekonomiskt kapital till symboliskt kapital. Denna omvandling blir särskilt intressant för min uppsats när den kopplas ihop med John F. Englishs’ tillämpning av begreppet *capital intraconversion*, vilket han använder som ett samlingsnamn för alla omvandlingar från en kapitalform till en annan på det kulturella fältet. Det kulturella priset fungerar här som en agent eller ett instrument som underlättar denna process.

### **3.3 Intraconversion och de kulturella prisernas roll**

Begreppet *capital intraconversion*, vilket i svensk översättning skulle betyda ungefär ”intern konvertering av kapital” (dock kommer jag i fortsättningen att kort och gott använda mig av det engelska ordet *intraconversion*) innefattar de transaktioner eller omvandlingar från vissa typer av kapital till andra på det kulturella fältet, menar John F. English. Alla inblandade i priset; administration, domare, sponsorer, konstnärer etc., kan betraktas som agenter för *intraconversion*. Var och en av dem representerar inte en ren form av kapital utan snarare en uppsättning av komplexa intressen rörande de regler och möjligheter som rör *intraconversion*. En vanlig uppfattning, vilken English lyfter fram, av striden på det kulturella produktionsfältet är att denna står mellan den ”äkta” konstens krafter som med sitt symboliska kapital försvarar ”mark” mot attacker från kommersialismen och dess ekonomiska kapital. Dock är detta en vilseledande bild, och istället bör det kulturella produktionsfältet uppfattas som en marknadsplats för

*intraconversion*, där de instrument och praktiker som används blir allt mer komplexa (English 2005, s.11). Ett av de bästa och mest effektiva instrumenten för *intraconversion* är de kulturella priserna. På det litterära fältet fungerar alltså t.ex. Augustpriset, som ”smörjmedel” eller agenter i en process vars deltagare representerar komplicerade set av intressen gällande de olika regler och möjligheter som finns i omvandlingen från ett kapital till ett annat.

Den teoretiska bakgrunden till John F. Englishs’ studie av kulturella priser utgörs till stor del av Pierre Bourdieus arbete, och English använder t.ex. de Bourdieuska begreppen kapital och fält. English vänder sig dock i viss mån mot den typ av ”stora berättelser” om konsten som han menar att Bourdieu ibland ägnar sig åt, t.ex. vad gäller kommersialiseringen av konsten (ibid., s.8f). Ett teoretiskt grundantagande för Englishs bok är att alla former av kapital inte enbart existerar i relation till ett specifikt fält, utan snarare existerar i varierande relationer till alla andra fält och alla andra typer av kapital. English menar att det, när det gäller alla former av kapital, inte är fråga om perfekt autonomi eller segregation av olika sorters kapital. Följaktligen är det inte möjligt att besitta ett område av ”ren” kultur där pengar, politik etc. inte spelar någon roll, och det går inte heller att ackumulera ekonomiskt kapital som är fritt från sociala, symboliska eller politiska implikationer. Det kan alltså inte existera rena former av kapital, alla former är ”orena” (ibid., s.10).

Bakgrunden till Englishs’ användande av begreppet *intraconversion* är, som jag uppfattar det, det sätt som Pierre Bourdieu talar om de specifika vinsterna som kan inhämtas av aktörerna på det litterära fältet, samt det tidigare nämnda Bourdieuska begreppet ”den symboliska alkemins logik”.

Uppfattningar om kulturens och konstens väsen och de värderingar dessa ger upphov till är intressant för min studie, och studiet av mitt empiriska material. Jag kommer att använda mig av de två poler, den kommersiella och den intellektuella, som Bourdieu beskriver och utifrån dessa konstruera en form av dimensioner som sedan ska användas i min idéanalys av det empiriska materialet. Det teoretiska ramverket kommer alltså att spela en betydande roll för tillämpningen av den för studien aktuella metoden, vilken beskrivs närmare i nästa kapitel.

## 4. Metod

I detta kapitel redogör jag för den metod som används i analysen av studiens empiriska material, samt hur metoden används. Min studie är en kvalitativ textanalys, och jag har närmare bestämt valt att använda mig av idéanalys som analysmetod. Denna analys genomför jag med hjälp av ett slags dimensioner utformade efter Pierre Bourdieus beskrivning av två av det litterära fältets poler; den intellektuella polen och den kommersiella polen.

### 4.1 Idéanalys

Ludvig Beckman, fil. dr i statsvetenskap och verksam som lärare och forskare vid Stockholms universitet, menar att idéanalysen som metod kan ha som syfte att antingen beskriva, förklara eller ta ställning till ett material. Därför finns tre tänkbara syften med en idéanalytisk studie; forskarens avsikt kan vara att beskriva och tolka innebörden av budskap, eller ta ställning till hållbarheten i dessa budskap, eller förklara budskapens uppkomst eller konsekvenser. Dessa syften bör hållas isär, men detta utesluter inte att de är möjliga att kombinera. Dock bör det framgå vilket som är studiens huvudsakliga syfte, och detta bör begränsas till ett enda (Beckman 2005, s.14f).

Ofta kan det anses vara av vikt att ta hänsyn till i vilken kontext de studerade budskapen kommer fram (ibid., s.15). Beckman menar att det råder delade meningar om vilken kontext som är den rätta. Forskaren kan antingen ta hänsyn till intellektuella och språkliga sammanhang (debatter som var aktuella då texterna skrevs), eller ekonomiska och sociala omständigheter som råder under en viss epok, eller förstå budskapen utifrån författarnas personliga motiv och intressen. I slutändan måste dock kontextens betydelse vara en fråga om vilken frågeställning forskaren är intresserad av att besvara (ibid., s.16f).

När det gäller användandet av idéanalys som metod måste ett val ske mellan en idécentrerad eller en aktörscentrerad idéanalys. Detta val rör om forskaren i analysen lägger störst vikt vid de mest typiska argumenten i t.ex. en viss debatt, eller vid vem som framför argumenten. I valet av fokus för analysen görs samtidigt valet av frågeställningar och kriterier för val av material (ibid., s.17f).

Innan själva analysen inleds måste man som forskare veta vilka argument, påståenden eller föreställningar som ska eftersökas och analyseras i en text (ibid., s.19). För att kunna genomföra analysen bör så ett slags analyschema eller analysapparat utarbetas, vilket betyder att forskaren formar kategorier med vars hjälp det är möjligt att studera den fråga man vill besvara. Dessa kategorier i sin tur beror på vilken mer övergripande teoretisk diskussion som studien avser att bidra till (ibid., s.20). Forskaren försöker, till skillnad från i vardagliga situationer, göra ett medvetet val av ”glasögon”, alltså det slags förväntningar eller förutfattade meningar man har med sig i närmandet av en text. Forskaren anstränger sig för att klargöra sina teoretiska utgångspunkter och precisera de kategorier och begrepp som anses lämpliga för studien. Det är avgörande för studien att valet av glasögon blir synligt och tydligt för läsaren (ibid., s.22).

De ståndpunkter eller föreställningar som tänks ut inledningsvis med hjälp av analysapparaten är först och främst *möjliga* sådana, och de kanske inte står att finna i "ren" form i texten. Inspiration till analysapparaten hämtas lämpligen från teorier som andra forskare formulerat. Såklart är det naturligt att söka teori i tidigare forskning om liknande frågeställningar, men det går även att låna från andra områden. Det enda som verkligen betyder något, menar Beckman, är om de kategorier forskaren använder sig av är lämpliga med hänsyn till undersökningens frågeställning och till vad materialet förväntas ge för svar (Beckman 2005, s.22f). Att sedan ta steget från teori till analysapparat handlar om att operationalisera – göra användbart. Det är ett försök att göra de begrepp och kategorier som ska undersökas mätbara (ibid., s.24). Ett sätt att göra en idéanalys är att i sitt analyschema använda sig av något som kallas idealtyper. Dessa har ingen exakt motsvarighet i verkligheten, utan är en extrembild av olika budskap. Sedan placeras de budskap som framkommer i texten i relation till idealtypen; hur nära kan det placeras? (ibid., s.28). Idealtyper beskriver inte faktiskt existerande budskap, utan hjälper oss att tydliggöra de skillnader som anses vara väsentliga (ibid., s.29).

En viktig sak att vara uppmärksam på är att *ord* och *begrepp* inte är samma sak. Ord kan vara mångtydiga och begrepp kan vara vaga. Ludvig Beckman tar som exempel upp att en talare inte ens behöver använda *ordet* "globalisering" fast han talar om sådant vi menar med *begreppet* "globalisering" (ibid., s.31). Mångtydighet kan göra det svårt att tolka ett budskap. Begrepp är oftast mer eller mindre vaga. Därför bör de preciseras för att reducera vagheten och öka texters begriplighet. En precisering är ett försök att ange mer specifika kriterier för vad ett begrepp omfattar (ibid., s.32ff). En annan viktig aspekt att ta hänsyn till är att många ord har kontroversiella värdeladdningar, men det behöver inte med säkerhet betyda att deras innebörd är kontroversiell. Människor behöver inte vara oense om själva ordens betydelse, men de kan vara djupt oense om önskvärheten i det som orden syftar på (ibid., s.36).

En typ av idéanalys, som också är den typ jag kommer att bedriva inom ramen för min uppsats, är beskrivande idéanalys. Uppgiften som den beskrivande idéanalysen tar sig an kan dels vara att genom sin analytiska läsning säga något om textens budskap som inte säger sig självt. Med hjälp av forskarens "glasögon" kanske nya budskap eller oklarheter blottläggs. I en beskrivande idéanalys måste därför forskaren, liksom i varje annan vetenskaplig undersökning, argumentera för sina tolkningar och slutsatser. Är textens innebörd inte omtvistad eller om inga oklarheter finns är det knappast någon mening med att ägna sig åt beskrivande idéanalys (ibid., s.49ff). Alla beskrivningar är en jämförelse mellan innehållet i ett material med något annat, t.ex. jämföra med tidigare tolkningar, jämföra budskap över tid för att leta efter förändringar eller jämföra med andra fall (ibid., s.52).

När det gäller idéanalys kan forskaren, som med andra analysmetoder, stöta på problem. Vid användandet av väl utvecklade och specificerade analysmodeller finns risken att forskaren antingen tvingar på modellen på materialet eller att utsagorna i materialet tänjs för att passa modellen. Detta kan utgöra validitetsproblem (Bergström & Boréus 2005, s.171). För de flesta textanalyser utgör just tolkningsaspekten en reliabilitetsfråga (ibid., s.35). Intersubjektivitetsproblem kan uppstå, då analysverktyg som t.ex. idealtyper i vissa fall kan vara så konstruerade att olika forskare skulle göra olika bedömningar, vilket leder till att intersubjektiviteten hotas och därmed utgör detta ett reliabilitetsproblem för forskningen ifråga (ibid., s.174). Dessa problem är svåra att

eliminera helt, men jag försöker möta dem genom att sträva efter öppenhet i mitt arbete, och i så stor utsträckning som möjligt redovisa hur jag har gått till väga för att bearbeta mitt empiriska material och genomföra min studie.

## 4.2 Tillämpning av idéanalys i uppsatsen

Enligt Göran Bergström och Kristina Boréus, båda verksamma som forskare och lärare vid statsvetenskapliga institutionen vid Stockholms Universitet, kan en idé betraktas som en tankekonstruktion som till skillnad från flyktigare intryck eller attityder utmärks av en viss kontinuitet. En sådan tankekonstruktion kan vara en föreställning om verkligheten, en föreställning om hur man bör handla eller en värdering av företeelser. En idé kan vidare röra föreställningar om både sociala fenomen och naturfenomen (Bergström & Boréus 2005, s.149). Det behöver alltså inte handla om politiska ideologier, även om idéanalys oftast används för studier av politiska budskap. Därför anser jag att idéanalys fungerar som metod i analysen av de i undersökningen föreliggande artiklarna, trots att jag fokuserar på idéer i form av värderingar kring ett socialt fenomen, snarare än på politiska ideologier.

Jag vill således studera och identifiera värderingar och idéer som uttrycks i det journalistiska materialet gentemot Augustpriset. Min analys kommer därför att bli idécentrerad, då jag inte kommer att lägga särskilt stor vikt vid *vem* som framför budskapen eller utifrån vilken position de uttalar sig, utan bry mig mest om *vad* de säger och vilka värderingar som kommer till uttryck i artiklarna.

Ett analysverktyg som ligger nära men som är mer allmänt hållet än idealtyper, ett verktyg som tagits upp ovan, är dimensioner. Dessa har stor likhet med idealtyper, men är inte lika preciserade och därför enklare att bestämma (ibid., s.164, 172). I min föreliggande studie kommer jag att använda mig av ett slags dimensioner för att bearbeta och analysera mitt empiriska material.

### 4.2.1 Analysapparat

Den analysapparat jag ämnar använda mig av i analysen av det empiriska materialet utgår från Pierre Bourdieus beskrivning av de två poler som produktionen och cirkulationen på det litterära fältet kan delas in i. Eftersom dessa tar upp förhållandet mellan intellektuell kultur och kommersiell kultur anser jag att de kan tjäna bra som analysinstrument för att finna svar på mina frågeställningar.

De frågeställningar jag strävar efter att besvara med hjälp av min analys är, som bekant:

- Vilka värderingar kommer till uttryck i diskussioner kring Augustpriset i ett urval av kulturjournalistiska artiklar?
- Hur speglas förhållandet mellan intellektuell kultur och kommersiell kultur i artiklarna?
- Hur motiveras positiva och negativa ståndpunkter i artiklarna?
- Hur kan Augustpriset och artikelförfattarna förstås som delar av *intraconversion* på det litterära fältet?

För att besvara dessa frågor kommer jag att använda de två polerna som Bourdieu talar om som ett slags dimensioner för idéer om kultur och marknad. Vid den ena polen, den intellektuella, finns den rena konstens anti-ekonomiska ekonomi, vilken förkastar den kommersiella ekonomin och strävar efter långsiktig ackumulering av symboliskt kapital. Vid den andra polen, den kommersiella, tillämpas litteratur- och konstnärsindustriernas ekonomiska logik, vilken betraktar handeln med kulturella varor som vilken handel som helst. Här prioriteras spridning samt omedelbar och tillfällig succé, samt anpassning till efterfrågan. Jag har valt att ge polerna mer lätthanterliga benämningar, och kallar således den rena konstens anti-ekonomiska ekonomi för *idén om den rena konsten*, samt litteratur- och konstnärsindustriernas ekonomiska logik för *idén om kulturen som vara*. Vidare har jag valt att bena ut tre underaspekter för varje pol. De renodlade dimensionerna av dessa två poler blir då:

### **Idén om den rena konsten**

- *Kultursyn:* Konsten för konstens skull. Konsten är något rent som inte ska användas för att tjäna andra syften.
- *Prioriteringar:* Strävan efter långsiktigt samlande av symboliskt kapital, inte strävan efter kortsiktig vinning av ekonomiskt kapital. Strävan efter/tävlan om kollegers och konkurrenters uppskattning.
- *Förhållande till marknaden:* Konst befattar sig helst inte med den världsliga ekonomin. Fältets eget kapital står istället högt i kurs.

### **Idén om kulturen som vara**

- *Kultursyn:* Kultur ses som, behandlas som och handlas med som vilken annan vara som helst.
- *Prioriteringar:* Strävan efter omedelbar succé och anpassning efter efterfrågan. Strävan efter ekonomisk vinning, publikframgång, eller bekräftelse från andra viktiga kretsar i "det övriga" samhället.
- *Förhållande till marknaden:* Kulturell industri. Här råder full samverkan med den världsliga ekonomin.

I min analys kommer jag sedan försöka sätta utsagor och begrepp ur artiklarna i relation till de två dimensionerna, för att se hur de förhåller sig till dessa och i vilken dimension de olika utsagorna kan tänkas höra mest hemma. På så sätt kan jag förutom att undersöka hur värderingarna gentemot Augustipriset ser ut också få en uppfattning om vilken typ av värderingar som är vanligast.

Bearbetningen av det empiriska materialet har gått till på följande vis. Till att börja med gick jag igenom artikelmaterialen grundligt ett antal gånger och skrev ned särskilt intressanta meningar eller nyckelord, samt försökte få fram vilka positiva respektive negativa ståndpunkter som kom fram i varje artikel. Sedan spaltade jag upp detta för mig själv och skrev även ner alla funderingar jag hade och saker jag kommit fram till efter varje genomgång av artiklarna. Slutligen analyserades artiklarna i direkt relation till dimensionerna, vilket redovisas nedan. Jag har valt att redovisa resultatet av min analys av artiklarna på ett mer sammanhållet sätt, och inte diskutera varje artikel för sig. Detta därför att artiklarna helt enkelt är för många för att detta skulle bli en överskådlig

text. Därför analyseras, och senare diskuteras, materialet sammantaget, och analysen belyses istället med hjälp av exempel i form av citat från artiklarna.

### **4.3 Material och urval**

Då mitt empiriska material utgörs av artiklar i dagspress, vilket är en mycket omfattande materialkälla, krävs en urvalsprocess för att göra materialet hanterligt och studien genomförbar med hänsyn till tidsbegränsningen. Jag väljer därför att begränsa mitt artikelurval till en viss tidsperiod, närmare bestämt 2000-2007. Augustpriset har förvisso funnits sedan 1989, men under sökprocessen har jag upptäckt att inte särskilt mycket skrivits om priset i dagspressen under åren strax efter instiftandet, och jag har endast sporadiskt återfunnit artiklar från 1990-talets senare år. De flesta artiklar jag funnit har publicerats mellan år 2000 och 2007, och därför upplevs detta vara en relevant tidsperiod.

Vidare sällar jag bort artiklar av ett rent refererande slag, alltså sådana artiklar som endast fåordigt redovisar nominerade och vinnande bidrag. Jag utesluter även sådana artiklar som inte har en tydlig upphovsman, utan istället har t.ex. *Pressens Mediaservice* eller *TT/Spektra* som författare eller, i vissa fall, både som författare och källtidskrift. Ursprungligen bestod mitt artikelmaterial av 69 artiklar, och då de ovan nämnda begränsningarna gjorts återstår 38 artiklar. Fördelningen av artiklar över dagstidningar ser ut på följande sätt:

**Svenska Dagbladet:** 10 st  
**Sydsvenska Dagbladet:** 11 st  
**Kristianstadsbladet:** 2 st  
**Göteborgsposten:** 3 st  
**Dagens Nyheter:** 6 st  
**Expressen:** 3 st  
**Borås Tidning:** 2 st  
**Helsingborgs Dagblad:** 1 st  
Totalt: 38 artiklar

Artiklarnas fördelning över årtal ser ut som följer:

**2007:** 11 st  
**2006:** 7 st  
**2005:** 4 st  
**2004:** 5 st  
**2003:** 4 st  
**2002:** 4 st  
**2001:** 1 st  
**2000:** 2 st  
Totalt: 38 artiklar

För fullständig lista samt kortare referat av artiklarna, se Bilaga.

En observation som kan göras efter att ha tagit del av ovanstående lista är att ett namn, Daniel Sandström från *Sydsvenska Dagbladet*, dyker upp förhållandevis ofta. Av de 38 artiklar som ingår i den föreliggande studiens empiriska material är Sandström

upphovsman till 7 stycken, vilket skulle kunna göra att hans åsikter får större utrymme än de andra artikelförfattarna. Dock finner jag ingen rimlig motivering till att jag av något slags rättviseskäl skulle utesluta några av Sandströms artiklar. Det har fallit sig så att han är en flitig kommentator av Augustpriset under den tidsperiod som studien fokuserar på, och därför bör alla hans artiklar få vara med.

## 5. Resultat

I detta kapitel presenteras analysen och resultatet av det empiriska materialet. Det som framkommit i analysen redovisas under rubriker som motsvarar respektive dimension med underaspekter, detta för att göra analysen åskådlig. Kapitlet avslutas med en diskussion där det som kommit fram i analysen diskuteras i relation till uppsatsens frågeställningar samt till tidigare forskning.

### 5.1 Analys

Som jag redogjort för i uppsatsens metodavsnitt, (Kap 4.2.1 *Analysapparat*), utgår min analys från två dimensioner jag konstruerat utifrån Pierre Bourdieus beskrivning av det litterära fältets två poler; den intellektuella polen och den kommersiella polen. Jag benämner dessa poler; **idén om den rena konsten** respektive **idén om kulturen som vara**. De resultat som framkommit i analysen redovisas tematiskt nedan med fokus på en dimension i taget, uppdelat efter dessas tre underaspekter; *kultursyn*, *prioriteringar* och *förhållande till marknaden*, och belyses med hjälp av citat ur artiklarna med tillhörande kommentarer. Kapitlet avslutas med en sammanfattning.

I tillämpningen av uppsatsens analysapparat på det empiriska materialet har jag plockat ut citat ur artiklarna och hänfört dessa till de olika dimensionerna och dess underaspekter. Detta har varit ett försök att åskådliggöra materialet och min analys av det, och jag har undersökt hur nära vilken dimension som de olika citaten kunnat placeras och följaktligen vilka idéer dessa skulle kunna vara ett uttryck för. Värt att notera, vilket jag också tidigare berört, är att dimensionerna och de idéer de representerar kanske inte står att finna i sin exakta form i det empiriska materialet. Snarare ska de fungera som ett raster, ett hjälpmedel för att åskådliggöra och bearbeta det empiriska materialet analytiskt. Således har min intention varit att hänföra citat från artikelmaterialet till de dimensioner som de passar bäst in på.

#### 5.1.2 Idén om den rena konsten

- ***Kultursyn: Konsten för konstens skull. Konsten är något rent som inte ska användas för att tjäna andra syften.***

Så blir, med ökad tydlighet för varje år, Augustpriset inte per definition ett litterärt utan ett kommersiellt pris. Och det var väl ändå litteratur det hela skulle handla om?

Werkelid (2006):

Augustpriset värderas vara ett kommersiellt pris, och då kan det inte vara ett litterärt pris samtidigt, i alla fall inte med samma kraft. Med Werkelids sätt att se det kan alltså inte ett litteraturpris både vara påverkat av kommersiella intressen *och* sätta litteraturen i främsta rummet.

Men att det skulle vara den bästa skönlitterära boken som prisas varje år - så står det i statuterna - är förstås en tveksam formulering. Något slags tillägg om kommersiell potential borde förstås finnas med.

Eklund (2005)

Konsten, litteraturen i det här fallet, ska inte användas för andra, t.ex. kommersiella, syften. Om det är det bästa som ska prisas, måste det kommersiella ignoreras.

Enligt den kultursyn som hör hemma i denna dimension, och som ett flertal av artikelförfattarna verkar ha, uppfattas en motsättning finnas mellan ”litteraturen” och ”det kommersiella”. Det verkar inte vara riktigt möjligt att kombinera kommersiella intressen och ett prisande av litterär kvalitet. Det förra upplevs istället orättmätigt styra det senare.

- **Prioriteringar: Strävan efter långsiktigt samlande av symboliskt kapital, inte strävan efter kortsiktig vinning av ekonomiskt kapital. Strävan efter/tävlan om kollegers och konkurrenters uppskattning.**

Men det är skillnad på litteratur och böcker, författarskap och hitmakare. Därför vore ett annat pris, ett inhemskt nobelpris, välkommet. En årlig utmärkelse som kunde gå till sådana som aldrig kommer i närheten av August /.../ men som i hela värvet är tunga, riktiga, värdefulla författare.

Karlsson (2007)

Budskapet i citatet skulle kunna förstås som att de som vinner Augustpriset för sina romaner *inte* är ”tunga, riktiga, värdefulla” författare. Det kan anas att Karlsson hellre skulle vilja att sådana författare prisades, men Augustpriset prisar, enligt Karlsson, istället böcker snarare än litteratur och hitmakare snarare än författare.

Författarskap byggs inte på en dag, eller bok. Litteraturen vore betjänt av ett eget pris, bortom nyhetsfixeringens skrällar och sensationer.

Karlsson (2007):

Det vore mer önskvärt att det satsades på den långsiktiga processen alltså, snarare än kortsiktig publikframgång.

Att, som i år, fösa ut poeter som Lars Gustafsson och Göran Sonnevi på prisarenan – och samtidigt på förhand veta att de inte kommer att få priset – borde vara långt under Förläggareföreningens värdighet och definitivt inte dess uppgift. Båda har skrivit storslagna diktsamlingar i kraft av livslånga författargärningar men fick se sina verk passeras av en bra men framför allt kommersiellt betydligt mer gångbar bok.

Werkelid (2006)

Det långsiktiga, och det som kanske inte är så kommersiellt gångbart men äger tyngd på det litterära fältet på grund av dess samlade symboliska kapital, borde prioriteras.

Artikelförfattarna upplever att Augustpriset strävar efter publikframgång och att det ska stimulera handeln och på så sätt öka bokbranschens eget ekonomiska kapital. Denna strävan upplevs dock inte som positiv, och som kan ses i t.ex. det sista citatet från Werkelid samt citatet längst upp på denna sida från Karlsson, finns ett missnöje över att

man inte istället premierar de mindre kommersiella men istället ”tung, riktiga” författarna och ”storslagna” diktsamlingarna.

▪ **Förhållande till marknaden: Konst befattar sig helst inte med den världsliga ekonomin. Fältets eget kapital står istället högt i kurs.**

På sidan härintill listas de senaste tolv månadernas bästa svenska böcker. I alla fall när bokbranschen själv får dra i trådarna.  
Brandel (2007)

Att Brandel, i sin kommentar till 2007 års nomineringar, väljer att uttrycka sig så ger antydningar om att det skulle kunna vara så att helt andra böcker hade nominerats om inte marknaden hade fått vara med och styra så mycket. De kommersiella intressena vinner över de estetiska värdena.

Det som gör Augustpriset så speciellt är att branschen så att säga belönar sig själv med nomineringarna.  
Nydahl (2007)

Branschen belönar sig själv, inte verken eller författarna. Återigen uppfattas det som att de kommersiella intressen som ligger bakom priset, från t.ex. bokhandlare i elektorsförsamlingarna, vinner över viljan att premiera litteratur med hög kvalitet.

... de kriterier som normalt bestämmer pristagarvalet, och där grundregeln lyder:  
Välj en roman! Men den ska kunna sälja!  
Håkansson (2007)

Håkansson kritiserar i sin artikel faktumet att poesi aldrig vinner, förutom en gång, i den skönlitterära klassen. Anledningen skulle då, som citatet visar, kunna vara att marknads intressen har för stort inflytande.

Augustpriset är bokbranschens årliga present till sig själv. Grattis till den!  
Persson (2007 - ”Grattis Bonniers!”)

Priset uppfattas som något som bokbranschen gör för sin egen skull, och kanske inte för litteraturens skull.

Det är nog det mest förutsägbara litteraturpris som finns. Anledningen är förstås att det är bokbranschen själv som delar ut det. Viktigaste egenskapen hos vinnande bok: den ska vara säljbar.  
Eklund (2005)

Eftersom bokbranschen själv är med och delar ut priset tas hänsyn till böckernas säljbarhet när det gäller att utse vinnarna.

De medelstora och små förlagen gör en stor kulturinsats och bidrar till att skapa bredden i vårt kulturliv. Dessa förläggare är som regel inte lika inriktade på vinsten och kan därför satsa på djärvare utgivning. Hur skall också detta kunna premieras?  
Myrdal (2006)

De som inte är helt och fullt inriktade på vinsten, de som prioriterar att ”göra en stor kulturinsats” borde premieras.

Augustpriset koppling till marknaden upplevs stark, och detta verkar många anse är en nackdel och gör att prisets relevans för litteraturen minskar.

### 5.1.3 Idén om kulturen som vara

- **Kultursyn: Kultur ses som, behandlas som och handlas med som vilken annan vara som helst.**

Han menar att pristagarna för det mesta uppfyller två kriterier: framstående böcker och potentiella storsäljare, så kallade säkra kort. Med andra ord, det som inte är mainstream, det udda och svårsålda, har svårt att vinna; det skulle vara att ta alltför stor risk, för förläggare och bokhandlare. Det gäller att hitta en bok som verkligen går att sälja - men också en som anländer i tid, i rätt antal, som enkelt kan returneras, som kan få rejält med marknadsföringsunderstöd och så vidare.  
Neuman (2002)

Neuman har intervjuat en person från ett mindre förlag, och drar sedan egna slutsatser av vad denna person sagt. Bilden som ges av Augustpriset här är att dess syn på kulturen (böckerna) är att den är och kan behandlas som vilken vara som helst, att sådana saker som säljbarhet och att ”varorna” anländer i rätt tid tas med i beräkningen när vinnaren ska utses.

När värderingar som kan hänföras till denna kultursyn dyker upp är det oftast i ”neutrala” eller klart negativa ordalag.

- **Prioriteringar: Strävan efter omedelbar succé och anpassning efter efterfrågan. Strävan efter ekonomisk vinning, publikframgång, eller bekräftelse från andra viktiga kretsar i ”det övriga” samhället.**

August-priset är branschens eget. /.../ Priskonomineringarna visar vilka böcker branschen helst vill se som storsäljare.  
Nydahl (2007):

Augustpriset uppfattas som att det opererar utifrån idén om den kommersiella konsten, enligt vilken strävar sker efter publikframgång och ekonomisk vinning.

Jippot [Augustpriset, min anm.] är tillsammans med bokrean och bokmässan en del av marknadsföringens heliga treenighet som ska öka bokintresset i landet.  
Brunner (2001)

Augustpriset är till stor del en marknadsföringsstrategi. Möjligen kan det anses positivt att priset syftar till att öka bokintresset, men uttrycket ”marknadsföringens heliga treenighet” låter raljerande snarare än positivt.

Men sanningen är kanske bara att oförutsägbarheten är en Augustprisets överlevnadsstrategi. För att utdelningen ska kunna behålla sitt buzz, för att priset

ska kunna fortsätta väcka intresse, då är shock-and-awe-taktiken livsviktig. /.../ att kunna överraska med prisvalet är minst lika medialt genomslagskraftigt som att namnge dödsfiender i sina romaner.

Högström (2007)

Det är viktigt med medial uppmärksamhet, och Augustpriset håller det väldigt högt, vilket om man får tro Högström, till och med påverkar vilken vinnare som väljs.

Augustpriset är idiotsäkert konstruerat så att en alltför konstig, läs osäljbar, bok inte ska kunna vinna.

Sandström (2007 - "GNÄLLHYLLAN. Säker som en August")

Den kommersiella aspekten, att en bok lyckas sälja, anses vara det som prioriteras av jurygrupperna och elektorsförsamlingarna.

I det sista momentet görs valet av personer som har påverkats väldigt mycket av en diskussion som har pågått i pressen. Det påminner mycket om Eurovisionsschlagern, dix points till den boken.

Ullberg (2007)

Detta är inte Ullbergs egen utsaga, utan kommer från en person hon har intervjuat. Elektorsförsamlingarna anses på något sätt sträva efter att dra nytta av den övriga världens uppmärksamhet och kanske därigenom nå publikframgång.

Det faktum att vinnande bok i respektive Augustkategori utses av en elektorsförsamling med representanter från bokhandeln präglar förstås valet av vinnare. I butiksleden vill man ha namnkunniga berättare med vida målgrupper. Experimentlystna lyriker eller introverta dramatiker rankas lågt.

Cederskog (2006)

Influenser från bokhandeln gör att kommersiellt gångbara vinnare prioriteras, för handelns skull.

Det upplevs som att Augustpriset till stor del är en del av bokbranschens egen marknadsföringsstrategi, t.ex. att de som man vill ska sälja mycket nomineras. Tyngdpunkten i Augustprisets prioriteringar upplevs ligga i att kora vinnare som är kommersiellt attraktiva.

▪ **Förhållande till marknaden: Kulturell industri. Här råder full samverkan med den världsliga ekonomin.**

Litteratursverige kan både ha och mista Augustpriset. Poesin kan definitivt avvara det. Priset är ett hänskratt rakt i ansiktet på svensk ny dikt. /.../ En tredjedel av de 21 elektorer som avgör vilka böcker som vinner kommer från bokhandeln så det finns en stark kommersiell sida i Förläggarföreningens pris.

Rogeman (2002 - "Inrätta ett Augustpris för poesin")

Rogeman antyder att de kommersiella intressena som genom bokhandlarna i elektorsförsamlingarna har inflytande över utnämningförfarandet hindrar t.ex. lyriken från att vinna. Augustpriset upplevs vara starkt knutet till marknaden.

Det är bokbranschens kvalitetsstämplade julklappstips. Mer business än pleasure.  
Sandström (2007 – ”Skrällen räddar priset”)

Ett citat som det ovan visar också på att Augustpriset anses befinna sig nära den kommersiella polen, och att detta inte anses vara fördelaktigt. ”Businessen”, affärssidan och marknadsaspekterna av priset, tar över fokus från njutningen, det ekonomiskt omätbara estetiska värdet hos litteraturen.

En anledning till att Augustpriset är en garant för ökad försäljning är att många från bokhandlarna sitter med som elektor och utser vinnarna.

- De väljer ju böcker som naturligtvis också är säljbara, säger Thomas Wyatt, vd på Svenska bokhandlareföreningen.

Kalmteg (2005)

Augustpriset och även dess utnämningförfarande upplevs ha en stark koppling till bokmarknaden.

Så frågan är om Svenska förläggareföreningen har ett finger med i spelet när nomineringarna görs? Hur ska man annars förklara varför deras största och viktigaste och mest inflytelserika medlemmar alltid dominerar juryns val?

Enander (2003)

Den starka kopplingen till marknaden som Svenska Förläggareföreningen har upplevs påverka eller rent av styra valet av vinnare.

... ytterst är det ändå prispolitiska hänsyn som styr. Namnen på vinnarna må skifta, men den egentliga vinnaren är given: bokbranschen. Inte nödvändigtvis detsamma som litteraturen.

Sandström (2005 – ”Från hyllkanten. Augustpriset”)

Svenska Förläggareföreningen, juryn och elektorsförsamlingarna anses ta större hänsyn till sina egna kommersiella intressen än till litterär kvalitet, verkar Sandström anse. Priset är en del i bokbranschens marknadsföring av sig själv.

## **5.2 Sammanfattning av analys**

En majoritet av artiklarna jag studerat och de värderingar som kommer fram i dem kan hänföras till den dimension jag kallar **idén om den rena konsten**. Det finns en skepsis mot de kommersiella intressen som upplevs ligga bakom Augustpriset, och därför känns det rimligt att tro att artikelförfattarna hellre skulle vilja att dessa intressen inte fanns, eller i alla fall inte fick påverka så mycket som de upplevs göra. En del av artikelförfattarna upplever att Augustpriset prisar breda, lättlästa ”hitar” snarare än mer komplicerad litteratur, och detta uppfattas inte som något positivt. Detta leder till förutsägbarhet menar många, och är också orsaken till att poesin har svårt att vinna i den skönlitterära klassen, något som också upplevs problematiskt. Poesin upplevs som mindre kommersiellt gångbar, och eftersom den får tävla med romaner, som ses som mer kommersiellt gångbara, uppfattas tävlingen som orättvis på det planet för att den då lutar mer åt det kommersiella hållet. Priset närmast avfärdas av vissa artikelförfattare som ”branschens eget pris”, ett epitet som antyds innebära att det mest har relevans för bokbranschen och inte för litteraturen.

Det är svårt att hitta uttalanden, ståndpunkter och värderingar i artiklarna som i positiva ordalag talar om Augustprisets kommersiella aspekter, och som på det sättet skulle kunna hänföras till dimensionen **idén om kulturen som vara**. Prisets koppling till bokmarknaden, genom att det t.ex. instiftats och ansvaras för av Svenska Förläggareföreningen samt att en stor del av elektorsförsamlingarna består av bokhandlare, framhålls i ett flertal artiklar som någonting negativt, då detta ibland upplevs leda till att de litterära verkens "säljbarhet" vägs in i valet av vinnare. Det är alltså möjligt att se det som att Augustpriset upplevs operera efter de idéer om kulturen som ingår i dimensionen, men att det gör det ses inte som något positivt.

## 6. Diskussion

I denna del av uppsatsen kommer jag att diskutera vad som kommit fram i analysen i relation till mina frågeställningar, samt till tidigare forskning. De fyra frågeställningarna tas upp en och en, och därefter följer ett avsnitt med avslutande reflektioner.

### **6.1 Vilka värderingar kommer till uttryck i diskussioner kring Augustpriset i ett urval av kulturjournalistiska artiklar?**

Vad gäller den första frågeställningen, och även den andra vilken behandlas mer nedan, kan jag säga att det är olika typer av värderingar som kommer fram i materialet. Värderingarna kretsar dock ofta kring förhållandet mellan kultur och kommersialitet, eller mellan vad som kan kallas intellektuell och kommersiell kultur. Till övervägande del ses det i artiklarna på Augustprisets kommersiella aspekter som något som på ett orättmätigt sätt styr vilka verk som nomineras och vinner, och som även gör att valet av vinnare blir förutsägbart och utslätat. Kommersiell och intellektuell kultur uppfattas vara olika saker, och ska eller kan inte sammanblandas.

En kommentar som kommer fram i många artiklar, med liten variation, är att både nomineringarna såväl som valet av vinnande litterärt verk är mycket förutsägbart. Artikelförfattarna menar att det finns en viss typ av böcker som oftast vinner i den skönlitterära klassen, och dessa böcker beskrivs av flera som breda, folkliga eller lättlästa. Sammankopplingen mellan kritiken av förutsägbarheten och benämningen av vinnare som folkliga eller lättlästa visar på att många av artikelförfattarna verkar anse det önskvärt att andra typer av böcker än dessa skulle prisas, och att kanske inte förutsägbart och folkligt är det samma som kvalitetslitteratur värdig ett pris. Den förutsägbarhet som kritiserats anses vidare, av en del artikelförfattare, vara produkten av att urvalsförfarandet och elektorsförsamlingarnas sammansättning ser ut som de gör. En viss del av elektorsförsamlingarna består av bokhandlare, och dessas egna ekonomiska intressen skulle alltså påverka till den grad att breda och folkliga böcker som har störst chans att sälja bra i julhandeln oftast vinner den skönlitterära klassen.

I artiklarna läggs påfallande ofta fokus på Augustprisets ekonomiska aspekter. Det talas många gånger om att Augustprisvinnaren är närmast garanterad en enorm försäljningsuppgång t.ex. Detta gjorde mig en aning förvånad, då jag hade förväntat mig att det skulle talas lite mer om priset och vinnarnas status eller göras större utläggningar om litteraturen ifråga. Till viss del verkar det som att artikelförfattarna väljer att fokusera på de ekonomiska aspekterna och de kommersiella intressen som kan misstänkas ligga bakom priset från t.ex. elektorsförsamlingarnas medlemmars sida, eftersom det råder en misstänksamhet mot Augustpriset just på grund av dess "samröre" med bokbranschen. Kanske kan detta bero på att Augustpriset är relativt ungt, 19 år gammalt, och inte har hunnit skaka av sig dessa reservationer och bli ett litterärt pris vars symboliska värde väger tyngre än dess ekonomiska. Självklart kommer kopplingen mellan Augustpriset och bokmarknaden inte försvinna eller kunna ignoreras helt så länge det är Svenska Förläggareföreningen som ansvarar för det, men så småningom kanske priset får så pass stort symboliskt värde att dess kommersiella sida hamnar lite i skymundan.

Den återkommande frasen ”branschens eget pris” som en beskrivning av Augustprisets karaktär känns intressant, och jag undrar vad som egentligen menas med det. Menas att branschen bara hyplar sig själv för ekonomisk vinning och inte egentligen bryr sig om litteraturens kvalitet? Är det ointressant för litteraturen eller inte ett ”riktigt” litteraturpris om det är branschens eget pris? Detta är intressanta frågor, men svåra att ge något klart svar på.

## **6.2 Hur speglas förhållandet mellan intellektuell kultur och kommersiell kultur i artiklarna?**

De allra flesta av artikelförfattarna verkar hålla intellektuell kultur högre än kommersiell kultur. Därför hamnar Augustpriset i kläm, eftersom det av vissa kan betraktas som ett av Svenska Förläggareföreningens PR-trick som försöker maskera sig till ett prestigefullt litterärt pris. Ett stort antal artikelförfattare verkar således framföra värderingar som kan hänföras till den intellektuella dimensionen, men de gör det inte med uttalade åsikter utan snarare kommer det fram genom vad de väljer att *inte* säga. Det är förstås tveksamt att påstå att jag på något sätt vet vad artikelförfattarna tänker, men eftersom de allra flesta siktar in sig på att ständigt ta upp prisets kommersiella sida och ofta prata om detta i negativa ordalag, så anser jag att det är en legitim slutsats att de då måste tycka att *motsatsen* till det kommersiella är det rätta; alltså, den rena konstens anti-ekonomiska ekonomi. Det sägs kanske inte rakt ut att säljbart är dåligt, men det antyds ofta att bokbranschen styr urvalet för mycket, så att säljbarhet - istället för kvalitet får man anta - blir huvudkriteriet. Den riktiga konsten, konsten för konstens skull, ska helst inte ha något med ekonomi att göra – i alla fall inte så att det märks. Om Augustpriset är för kommersiellt och har för starka band till bokbranschen *så kan det helt enkelt inte vara ett riktigt konstpris*.

Förhållningssättet till idén om kulturen som vara är kort sagt ganska klart, i en större majoritet av artiklarna; det tas avstånd från den idén om kulturen. Det i artiklarna vanligt förekommande epitetet ”branschens eget pris” verkar t.ex. användas som ett argument för att priset inte är att ta på allvar för den seriösa kvalitetskulturen, eftersom det anses att bokbranschen med dess ekonomiska intressen får styra utnämningssförfarandet alldeles för mycket. Alltså har jag kommit fram till genom min analys att det är svårt att finna uttryck för värderingar som ligger nära den av mina dimensioner där idén om kulturen som vara hör hemma, men desto lättare att hitta värderingar som markerar artikelförfattarnas klara och tydliga avståndstagande från den. Därför är den nästan alltid närvarande i resonemangen, men inte på så sätt att artikelförfattarna uttalar sig med sådana formuleringar som stödjer den.

Som jag nämnt tidigare, i förhållande till Bourdieus poler verkar det som om artikelförfattarna ofta ”håller på” idéer som hör hemma i den intellektuella polen och ställer sig kritiska till den kommersiella polens idéer. Kopplingen mellan litteratur och kommersiella intressen utgör i deras ögon anledning till att ifrågasätta Augustprisets legitimitet, och jag menar att det är befogat att till viss del ta fasta på den aspekten. Svenska Förläggareföreningen består ju av Sveriges förlag, som alltså instiftar ett pris för att öka uppmärksamheten kring sig själva och främja sin egen affärsverksamhet. Det är således inte konstigt att misstänksamhet uppstår. I vissa artiklar finns också en antydning om att priset endast är ett instrument, ett slags pr-maskin eller vad man ska

kalla det, för bokbranschen och förlagen i deras strävan efter ökade försäljningssiffror. Augustpriset är till för att få oss att köpa böcker, ingenting annat.

I det resonemang som förts tidigare, i uppsatsens Kap 2 *Tidigare forskning och litteraturgenomgång*, om fin och populär/kommersiell kultur tog jag upp att det har funnits en motsättning mellan dessa ”kultursorter”, och att den, trots att motsättningen inte ser likadan ut idag eller är lika skarp nu som för säg 30 år sedan, kan ses yttra sig i olika sammanhang även idag. Det verkar, som Magnus Persson hävdar, vara en seglivad tankemodell. I min studie av mitt empiriska material märker jag den tydligt. Det verkar inte upplevas som riktigt acceptabelt att blanda in kommersiella och ekonomiska intressen i sådana aktiviteter som handlar om att värdera och premiera kultur. Att sådana intressen ligger bakom kan till och med ses som grund för att ifrågasätta fenomen som litterära prisers legitimitet för den konstform de ska värdera. Om kommersiella intressen finns med i spelet kan det också uppfattas som att dessa gör att en viss typ av bredare, folkligare eller mindre komplicerad (eller kommersiell) litteratur vinner, och denna typ av litteratur skulle då inte vara av lika hög kvalitet som den mer ”intellektuella” litteraturen. Motsättningen består till viss del; kommersiellt gångbar kultur är sämre i kvalitetshänsyn än exklusiv kultur, och därför är det inte helt godtagbart att kommersiell kultur premieras.

Som jag tidigare tagit upp menar John F. English att kulturella priser kan betraktas ha en dubbel kärna. Denna kärna utgörs av prisets karaktär av att vara en gåva som ingen kan köpslå sig fram till, och samtidigt ha en begreppsmässig koppling till pengar. Vidare menar English att det råder en spänning mellan prisernas självklara del av kulturlivet och deras förmåga att provocera. Kulturella priser är också den praktik på det kulturella fältet som oftast kritiserar för sitt kompromissande med marknaden. Min studie bekräftar detta, då jag hittat många exempel på sådan kritik. Spänningen har jag också märkt av; det verkar anses värt att bevaka priset och att detta har en betydande position på fältet, men samtidigt finns det många aspekter av det som flera irriterar sig på. Augustpriset har ännu inte varit med om eller orsakat några stora skandaler, så det kanske inte provocerar i den meningen. Gällande Augustpriset verkar det mest provocerande vara att kommersiella intressen kan anas i nominerings- och röstningsförfarandet.

Johan Svedjedal menar, vilket tagits upp tidigare i uppsatsen, att det sedan gammalt råder en viss motsättning mellan kulturell prestige och pengar på det litterära fältet. Han menar att de som är de högst ansedda deltagarna på det litterära fältet gör de minst direkta vinsterna på kort sikt, och på ett sätt kan detta sägas innebära att de förlag som hör hit får betala för kulturell prestige genom att ge ut icke-lönsamma författare. Förlag som sysslar med utgivning av kvalitetslitteratur måste vara beredda på att vänta länge på vinsten, och kan till och med förlora i prestige om de råkar ge ut en författare eller bok som visar sig bli en omedelbar bestseller. Vinster ska helst komma på lång sikt för att de ska vara riktigt accepterade. Det är just denna motsättning som ses i många av de artiklar jag studerat. Det upplevs inte bara som bra att det verk som vinner Augustpriset ofta blir storsäljare, att en bok blir storsäljare betyder inte att den är av hög kvalitet, tycks många artikelförfattare mena, utan det betyder att den är bred och folklig. Även om Augustpriset är prestigefullt och det är en heder både för förlaget och för författaren att vinna, så är det kanske inte helt accepterat för de så kallade kvalitetsförlagen eller kvalitetsförfattarna att delta i tävlingen om priset, eftersom det leder till kortsiktiga snarare än långsiktiga vinster.

### **6.3 Hur motiveras positiva och negativa ståndpunkter i artiklarna?**

I stort sett kommer svaret på den här frågan som en följd av att studera artiklarna med utgångspunkt i de två polerna. De positiva och negativa ståndpunkter som visar sig kan alla hänvisas till endera polen, och det rör sig till övervägande del om negativa ståndpunkter varav en majoritet motiveras utifrån en idé om konsten som hör hemma i dimensionen **idén om den rena konsten**, och alltså uttalar sig negativt om idéer eller motiv som kan sägas höra hemma i dimensionen **kulturen som vara**.

Jag har funnit det svårt att hitta klara positiva ståndpunkter i artiklarna. Vad detta beror på är svårt att avgöra, men det kan ha att göra med att artikelförfattarna i sin vilja att granska Augustpriset tar fasta på de aspekter av priset som av någon anledning anses ofördelaktiga. Negativa ståndpunkter rör bl.a. att de kommersiella intressena hos bokhandlarna som ingår i elektorsförsamlingarna får styra valet av nomineringar och vinnare – breda, säljbara romaner vinner alltid, att nomineringar av verk och valet av vinnare ofta är förutsägbart, att lyriken inte har en egen kategori och därför aldrig kan vinna eftersom den i kommersiella hänsyn inte kan tävla med romanerna, samt att det allt som oftast är verk som getts ut på de stora koncernförlagen som vinner. Dessa negativa ståndpunkter verkar alla ha någon slags grund i en skepsis mot kommersiellt inflytande på kulturella verksamheter, och ståndpunkterna motiveras ofta utifrån detta. Rent positiva ståndpunkter är alltså svåra att hitta, men det upplevs bl.a. vara positivt att litteraturen uppmärksammas och att författare får chans att slå igenom.

Jag hade nog väntat mig en hel del negativa kommentarer av den typ som kommit fram, men vad jag även hade förväntat mig var mer fokus på de litterära verken och kvaliteten i dem. Några sådana resonemang fördes nästan inte alls, bortsett från pratet om breda och folkliga vinnare. Det skulle kunna vara så att dessa resonemang förs oftare i fackpressen, men jag finner det ändå lite märkligt att det inte går på djupet i någon diskussion om de litterära verken i sig.

### **6.4 Hur kan Augustpriset och artikelförfattarna förstås som delar av *intraconversion* på det litterära fältet?**

Begreppet *intraconversion* beskrivs, som tagits upp i uppsatsens teoriavsnitt (Kap 3.4 *Intraconversion och de kulturella prisernas roll*), som den process vilken innefattar de transaktioner eller omvandlingar från vissa typer av kapital till andra som sker på det kulturella fältet.

Jag vill hävda att det är möjligt att förstå det som att det av förlagen och Svenska Förläggareföreningen satsade ekonomiska kapitalet på ett sätt omvandlas till/alstrar symboliskt kapital då Augustpriset används som ett instrument. Att t.ex. utse årets bästa svenska roman, att bli utsedd som vinnare har ett stort symboliskt värde, och att anses ha hög litterär kvalitet - att vara en ”Augustprisvinnande författare” - är en tillgång som fungerar som ett symboliskt kapital på det litterära fältet, både för författaren i fråga och för förlaget som gett ut den vinnande boken. Sedan kan detta symboliska kapital i sin tur omvandlas tillbaka till ekonomiskt kapital, då en vinst i den skönlitterära Augustpriskategorin, vilket kan ses i många av artiklarna i det empiriska materialet,

nästan per automatik leder till ökade försäljningssiffror och alltså ökad ekonomiskt vinst både för de specifika författarna och förlagen, och också i förlängningen för bokbranschen i stort. Jag tycker mig alltså se att Augustpriset är en viktig del i denna process, och kan vara ett effektivt instrument för den, som English säger.

Men, det är inte riktigt rätt att bara se det som att de olika aktörerna har vissa rena former av kapital som de sedan byter med varandra. Alla aktörer som ingår i "spelet" besitter olika former av kapital samtidigt, och "handeln" med kapitalet pågår på olika ställen samtidigt.

Kultursidorna i stora svenska dagstidningar, och de journalister som publicerar sig där, torde inneha en hel del symboliskt kapital av värde på det litterära fältet, eftersom de är en del av de värderingsinstanser som litteraturen måste ta sig igenom på sin väg genom den litterära processen (ex. kritikerkåren). Att bli omskriven på kultursidorna har ett betydande värde för författare, förlagen som författarna är knutna till samt litterära priser som Augustpriset. På så sätt spelar även journalisterna/artikelförfattarna en viktig del i *intraconversion*.

I relation till *intraconversion* är det intressant att ha Bourdieus beskrivning av den symboliska alkemins logik i åtanke. Den symboliska alkemins logik går, som tagits upp tidigare, ut på att ekonomiska investeringar gjorda av kulturproducenter bara betalar sig om de utförs, eller i alla fall verkar utföras, utan hopp om att insatsen ska betala sig. Vidare kan det satsade ekonomiska kapitalet bara ge fältets specifika vinster om det konverteras tillbaka till symboliskt kapital. *Intraconversion*-begreppet, så som det används av John F. English, hänger ihop med denna process, eftersom det syftar på omvandlingar som görs mellan olika former av kapital till andra på det kulturella fältet. Om man ser på Augustpriset och den process som omger det och som det är en del av, kanske den symboliska alkemins logik kan ses i praktiken, till viss del. Jag tänker då på att det inte anses bra, från vissa av journalisternas håll, att vinstmotiv syns i nominerings- och röstningsförfarandet. De ekonomiska intressena och hoppet, som mycket väl kan finnas både bland elektorerna och bland förlagen som anmäler titlar och även hos Svenska Förläggareföreningen i stort, är svärmaserade och därför blir inte helt smärtfritt att omvandla det satsade ekonomiska kapitalet till symboliskt kapital, i alla fall sett till de värderingar och åsikter som kommer till uttryck i de artiklar jag läst. Det verkar inte gå så bra att få det att se ut som att det inte finns förhoppningar om att satsningarna ska betala sig.

Dock verkar Augustpriset ändå, paradoxalt nog med tanke på vad jag nyss hävdade i ovanstående resonemang, på ett plan fungera bra som instrument för omvandling av ekonomiskt kapital till symboliskt kapital. Att vara en August-vinnare har ett symboliskt värde på det litterära fältet, annars skulle det helt enkelt inte pratas så mycket om det. Det finns helt klart prestige i det, och det ger symboliskt kapital åt dem som satsar ekonomiskt; för förlagen borde det vara prestigefullt att ha August-vinnande författare knutna till sig t.ex. Kanske mattas kritiken och fokuseringen på prisets kommersiella sidor av med tiden, och kanske stiger dess symboliska värde och status på det litterära fältet med åren. Som jag tidigare nämnt har priset inte funnits särskilt länge, och attityderna gentemot det kan förändras.

Vidare kan en jämförelse göras mellan Augustpriset och andra litterära priser, som t.ex. Bookerpriset i Storbritannien, vilka har kopplingar till så att säga icke-kulturella företag,

genom sponsring eller dylikt. Bookerpriset sponsrades till en början av Booker-McConnell (tidigare Booker), ett handelsbolag som bl.a. var involverad i sockerindustrin i Guyana och ägde en snabbköpskedja. Numer sponsras det av Man Group, ett investmentbolag. I det här fallet kan priset ses som en "tvätt" för att omvandla ekonomiskt kapital till kulturellt symboliskt kapital, så att företagen kan öka sin prestige. Prestige på det kulturella fältet, tror jag, ger ett slags goodwill, som en mjuk motvikt till handelsverksamheten. Denna process borde också vara en del av *intraconversion*. Med Augustpriset är det inte likadant, eftersom Svenska Förläggareföreningen som instiftat och ger ut det är en del av det kulturella fältet redan, men priset har i alla fall en annan sponsor; Posten AB. Möjligen kan också Augustpriset här spela en roll som instrument för att ge sponsorn symboliskt kapital för dess satsade ekonomiska kapital.

Avslutningsvis vill jag säga att uppmärksamheten som riktas mot Augustpriset i pressen knappast verkar mattas av, och att det är helt klart att priset tillmäts och innehar ett symboliskt värde på det litterära fältet. Annars skulle inte förlagen bry sig om att anmäla titlar och tidningarna skulle inte skriva och tycka något om det. Dock är det svårt för mig att dra några helt klara slutsatser rörande *intraconversion* och Augustpriset och artikelförfattarnas del i det. Kanske hade det varit möjligt om denna fråga undersökts med andra metoder än textanalys, exempelvis intervjuer.

## **6.5 Avslutande reflektioner**

Som tagits upp i uppsatsens andra kapitel (Kap 2 *Tidigare forskning och litteraturgenomgång*), har boken en annan ställning i dagens samhälle än den haft tidigare. Den måste idag tävla om uppmärksamheten med många fler typer av medier än den tidigare behövt göra, och den har kanske tappat sin självklara plats. Därför behöver intresset kring boken hållas vid liv, och detta kan göras på ett ypperligt sätt genom prisutdelningar t.ex. I ett citat från en artikel som finns med i uppsatsens analysavsnitt ovan, från Jan Karlsson (*Kristianstadsbladet* 2007-12-03) tar han upp att det är skillnad på författarskap och hitmakare, och att ett författarskap inte byggs på en bok. I relation till vad Hans Hertel säger om att boken idag måste vara en "mediahit" för att få någon uppmärksamhet över huvud taget i konkurrensen med andra medier är detta intressant. Den produktionsapparat som ligger bakom dagens böcker måste alltså, om man får tro Hertel, arbeta efter de idéer och prioriteringar som skulle höra ihop med idén om kulturen som vara, för att hålla sig kvar i rampljuset. Då behövs kanske "hitmakarna", som Karlsson kallar dem, men kan inte hitmakaren och den till litteraturen hängivne författaren vara samma person?

Per I. Gedin menar att den stora räckvidd som kulturen har idag leder till att utbudet utslätas samt att en underhållningsindustri skapas. Det kulturella skapandet har förvandlats till produktion, istället för att som förr vara dominerat av individuella konstnärer, författare etc. Gedin talar vidare om massmediaeffekten, vilken gör att skapare och deras verk kan slå igenom mycket snabbt och få mycket höga försäljnings- och publiksiffror, men de får kanske inte så lång livslängd. Denna massmediaeffekt är Augustpriset definitivt en del av, och om man får tro vissa artikelförfattare är priset också med och bidrar till kulturutbudets utslätning, då önskan är att så många som möjligt ska läsa - och köpa - de vinnande bidragen och det därför satsas på ospecialiserade och breda romaner. Något som Gedin också hävdar är att konstens utförande i masssamhället sker på ett passiviserande sätt, där den exploateras i

kommersiella eller ideologiska syften men inte längre har något eget socialt värde. Möjligen är detta en hårddragen beskrivning i överkant, menar jag. Jag tror inte att konsten har förlorat sitt sociala värde. Men det är denna typ av kritik och värderingar som uttrycks även i mitt empiriska material. Det upplevs inte som önskvärt att konsten och kulturen utnyttjas för andra syften än sitt eget.

Intressant är att antalet artiklar som skrivits om Augustpriset verkar öka med åren. I mitt empiriska material ser det ut så att antalet artiklar stiger i antal med åren så att det finns allra flest artiklar från 2007. Detta tyder på att intresset kring priset ökar och att det allt mer anses vara en viktig del av det svenska kulturlivet som är värt att uppmärksamma och diskutera i kring i dagspressen, och möjligen att priset anses fylla en viktig funktion.

En aspekt som jag inte behandlat i uppsatsen, men som jag finner intressant och värd att undersöka, är poesins ställning på det litterära fältet i Sverige, och då särskilt i relation till Augustpriset. I några av de artiklar jag läst och studerat nämns det faktum att endast ett diktverk, Tomas Tranströmers *Sorgegondolen*, har vunnit den skönlitterära klassen under prisets 19-åriga historia. Är det orättvist att romaner och lyrik får tävla om samma pris, och varför har inte en egen lyrikkategori inrättats? Vad sänder det för signaler om poesins ställning och värde?

Med de värderingar och åsikter som kommit fram i uppsatsens analys i åtanke, är det intressant och viktigt att ta fasta på det som John F. English säger om den kritik som kulturella priser ofta möts av i massmedia. De negativa och ibland närmast hänfulla kommentarer och artiklar som skrivs om priser är även de en del av spelet.

It is thus no exaggeration to say that antiprize rhetoric is part of the discursive apparatus of prizes themselves, produced by those whom they enlist as their own agents and serving interests that those agents share with sponsors and administrators. Apart from being a means of derivative consecration for journalist-critics /.../, prizes have traditionally been useful in providing regular occasions for such critics to rehearse Enlightenment pieties about “pure” art and “authentic” forms of greatness or genius, and thereby align themselves with “higher” values, or more symbolically potent forms of capital, than those which dominate the (scandalously impure) prize economy as well as the journalistic field itself. Such rehearsals do nothing to discredit the cultural prize, and in fact serve as crucial support for it inasmuch as they help to keep aloft the collective belief or make-belief in artistic value as such /.../  
(English 2005, s.212)

Vad som på ytan kan uppfattas som kritik och något som är menat för att skada de kulturella priserna som kulturell praktik är i själva verket en fundamental del av och ett drivmedel för prisernas existens, närmast en förutsättning för att de ska fortsätta finnas. Snarare än misskreditera priserna så hjälper alltså kritiken till att hålla liv i föreställningen om konstnärligt värde i sig, och denna föreställning är ju en förutsättning för att priser ska kunna delas ut över huvud taget. Både priserna och dess belackare är således vitala delar av spelet.

Under arbetets gång har funderingar satts igång hos mig själv och jag har börjat tänka kring mina egna värderingar rörande kommersiell och intellektuell kultur. Jag känner att jag själv också, som många av artikelförfattarna, finner det lite besvärligt att

ekonomiska intressen blandas in i sådant som gäller värdering av kulturella verk. Kulturen utgör en egen värld för sig, där dess egna värden ska få råda. Men frågan är hur realistisk den uppfattningen är. Som John F. English påpekar är det en vanlig, men allt för förenklad och skev, uppfattning att striden i kultursfären står mellan den rena konstens ”försvarare” och det ekonomiska kapitalets ”attackerare”. Det kanske inte längre finns, om det någonsin har funnits, något sådant som ett område där ”ren” kultur existerar, produceras och konsumeras utan att någonsin komma i kontakt med ekonomiska intressen. Frågan är varför denna uppfattning om eller känsla för kulturen finns och varför den består. Men det är en annan historia.

## 7. Sammanfattning

Uppsatsen behandlar de värderingar som kommer till uttryck kring det svenska litteraturpriset Augustpriset i svensk dagspress. Uppsatsens syfte är att utifrån ett litteratursociologiskt perspektiv, med hjälp av en idéanalys med stöd i Pierre Bourdieus fältteori, studera värderingar kring Augustpriset som uttrycks i journalistiskt material. Som ytterligare teoretiskt redskap används begreppet *intraconversion*, så som det används av John F. English, vilket syftar på omvandlingar från olika former av kapital till andra på det kulturella fältet. Utifrån detta syfte har fyra frågeställningar utformats:

- Vilka värderingar kommer till uttryck i diskussioner kring Augustpriset i ett urval av kulturjournalistiska artiklar?
- Hur speglas förhållandet mellan intellektuell kultur och kommersiell kultur i artiklarna?
- Hur motiveras positiva och negativa ståndpunkter i artiklarna?
- Hur kan Augustpriset och artikelförfattarna förstås som en del av *intraconversion* på det litterära fältet?

Det vetenskapliga område som uppsatsen rör sig inom är litteratursociologin, och dess teoretiska förutsättningar utgörs av Pierre Bourdieus teorier om det litterära fältet. Som metod för att bearbeta och analysera uppsatsens empiriska material, 38 artiklar ur svensk dagspress, används idéanalys. Idéanalysen görs med hjälp av två dimensioner; **idén om den rena konsten** samt **idén om kulturen som vara**, dimensioner som utformats utifrån Pierre Bourdieus beskrivning av det litterära fältets intellektuella respektive kommersiella pol. Till de två dimensionerna hör också tre underaspekter; *kultursyn*, *prioriteringar* samt *förhållande till marknaden*. **Idén om den rena konsten** kan i korthet beskrivas innefatta ett sätt att se på konsten som något rent som inte ska tjäna andra syften. Vidare prioriteras här långsiktigt samlande av symboliskt kapital och det anses att konsten helst inte bör befatta sig med den världsliga ekonomin. **Idén om kulturen som vara** innefattar att kulturen uppfattas, behandlas och handlas med som vilken annan vara som helst. Vidare sker en strävan efter ekonomisk vinning och anpassning efter publikens efterfrågan samt fullständigt medverkan med den världsliga ekonomin.

Efter genomförd analys, vilken redovisas tematiskt med hjälp av citat från artiklar samt med fokus på en av de två dimensionerna och dess respektive underaspekter i taget, kan några slutsatser dras. Sammanfattningsvis kan de flesta värderingar och ståndpunkter som kommer till uttryck i det empiriska materialet hänföras till den dimension som kallas **idén om den rena konsten**. En majoritet av artikelförfattarna ställer sig negativa eller kritiska till Augustprisets kommersiella aspekter och dess starka koppling till bokbranschen. Vidare syns en motsättning i uppfattningen av kultur, då kommersiell och intellektuell kultur upplevs vara olika saker. Augustpriset verkar av ett flertal artikelförfattare uppfattas som att det opererar efter idéer som skulle kunna hänföras till **idén om kulturen som vara**, men detta upplevs inte som något positivt.

Vidare är det övervägande negativa ståndpunkter som förs fram, och dessa motiveras oftast utifrån Augustprisets kommersiella aspekter, vilka av flera artikelförfattare upplevs styra nominerings- och röstningsförfarandet på ett otillbörligt sätt.

Slutligen förs också ett resonemang kring Augustpriset och artikelförfattarna i relation till begreppet *intraconversion*. Trots att det är svårt att dra klara slutsatser, kan det sammanfattningsvis sägas att den bild som English ger uppfattas stämma med den bild som kommer fram i analysen.

## Litteraturförteckning

- Andrén, Gunnar (1982) Kultur, kommunikation och kommersialism. Ingår i: *Fem forskare om kulturkommersialismen*. Stockholm: Statens kulturråd: [LiberFörlag (distr.)]. S.17-55.
- Beckman, Ludvig (2005) *Grundbok i idéanalys: Det kritiska studiet av politiska texter och idéer*. Stockholm: Santérus Förlag.
- Bergström, Göran & Boréus, Kristina (2005) *Textens mening och makt: metodbok i samhällsvetenskaplig textanalys. 2., [omarb.] uppl.* Lund: Studentlitteratur.
- Björkegren, Dag (1992) *Kultur och ekonomi*. Stockholm: Carlsson Bokförlag.
- Blazkova Widerberg, Hana (2008) *Folkbiblioteket är demokratins grundpelare: Dagspressens debatt med anledning av moderaternas Kulturen 2.0*. Högskolan i Borås/Institutionen Biblioteks- och informationsvetenskap (BHS). Magisteruppsats 2007:139.
- Bourdieu, Pierre (2000) *Konstens regler: Det litterära fältets uppkomst och struktur*. Stockholm: Bruno Östlings Förlag. Symposion AB.
- Bourdieu, Pierre (1993) *Kultursociologiska texter*. Stockholm: Brutus Östlings Förlag. Symposion AB.
- Broady, Donald (1998) Inledning. Ingår i: Broady, Donald, red. *Kulturens fält: en antologi*. Göteborg: Daidalos. S. 11-26.
- Buchberger Lantz, Sylvia (2007) *Debatten kring en litterär kanon: En diskursanalys av artiklar på dagstidningarnas kultursidor*. Högskolan i Borås/Institutionen Biblioteks- och informationsvetenskap (BHS). Magisteruppsats 2007:127.
- Dahlstedt, Anja (2006) *Annorlundahet som kapital: Kategorin invandrarförfattare och annorlundahet på det litterära fältet*. Högskolan i Borås/Institutionen Biblioteks- och informationsvetenskap (BHS). Magisteruppsats 2006:58.
- Elam, Ingrid "Hur överlever litterära priser?" *Borås Tidning*, 2001-10-21, Sida: 17.
- English, John F. (2005) *The Economy of Prestige: Prizes, Awards and Circulation of Cultural Value*. Cambridge, Mass.: Harvard University Press.
- English, John F. (2002) Winning the Culture Game: Prizes, Awards, and the Rules of Art. *New Literary History*. Vol. 33, Nr. 1, s.109-135.
- Furuland, Lars (1997) Litteratur och samhälle. Om litteratursociologin och dess forskningsfält. Ingår i: Furuland, Lars & Svedjedal, Johan, red. *Litteratursociologi: Texter om litteratur och samhälle*. Lund: Studentlitteratur. S. 16-49.

Gedin, Per I. (1997[1975]). *Litteraturen i verkligheten: Om bokmarknadens historia och framtid*. 2 [bearb. och utökade] uppl. Stockholm: Rabén Prisma.

Hertel, Hans (1997) Boken i mediasymbiosens tid. Ingår i: Furuland, Lars & Svedjedal, Johan (red.) *Litteratursociologi: Texter om litteratur och samhälle*. Lund: Studentlitteratur. S.202-222.

Holm, Angelica Johansson (2005) *Kultur och marknad i svensk kulturpolitik under 1970- och 1990-talen: En kontextuell ideologianalytisk studie*. Högskolan i Borås/Institutionen Biblioteks- och informationsvetenskap (BHS). Magisteruppsats 2005:23.

Holmqvist, Veronica (2005) *Synen på litteratur i 1970-talets och 1990-talets svenska kulturpolitik: en idéanalytisk ansats*. Högskolan i Borås/Institutionen Biblioteks- och informationsvetenskap (BHS). Magisteruppsats 2005:20.

Höglund, Lars (2000) *Biblioteks- och informationsvetenskap som studie- och forskningsområde*. Högskolan i Borås: Bibliotekshögskolan/Institutionen för Biblioteks- och informationsvetenskap. Undervisningsmaterial ht 2000.  
<http://www.hb.se/bhs/personal/larshoglund/lh-ht00.doc>. [Åtkomst: 2008-04-01].

Larsdotter, Ylva & Larsson, Fia (2007) *"Varje bok skall vara en gatsten": En studie av ideologiska bokförlag på det svenska litterära fältet*. Högskolan i Borås/Institutionen Biblioteks- och informationsvetenskap (BHS). Magisteruppsats 2007:50.

Lindgren, Simon (2005) *Populärkultur: teorier, metoder och analyser*. Malmö: Liber.

Luthersson, Per (1999) Från litteraturkris till litteraturkris: nedslag i textvärlden efter 1970. Ingår i: *Den svenska litteraturen. 3: Från modernism till massmedial marknad: 1920-1995*, Lönnroth, Lars, Delblanc, Sven & Göransson, Sverker, red. Stockholm: Albert Bonniers Förlag. S.595-630.

Persson, Magnus (2002) *Kampen om högt och lågt: studier i den sena nittonhundratalets romanens förhållande till masskulturen och moderniteten*. Eslöv: Brutus Östlings Förlag. Symposion AB.

Saldert, Karin (2004) *Kvalitet, läsfrämjande och tillgänglighet: Kulturpolitiska värderingar och litteratur*. Högskolan i Borås/Institutionen Biblioteks- och informationsvetenskap (BHS). Magisteruppsats 2004:61.

Seldén, Lars (2004 [1999]) *Kapital och karriär: informationssökning i forskningens vardagspraktik*. 2 uppl. Borås: Valfrid.

Svedjedal, Johan (1994). *Författare och förläggare: och andra litteratursociologiska studier*. Hedemora: Gidlunds.

Svedjedal, Johan (1997) Det litteratursociologiska perspektivet. Om en forskningstradition och dess grundantaganden. Ingår i: Furuland, Lars & Svedjedal, Johan (red.) *Litteratursociologi: Texter om litteratur och samhälle*. Lund: Studentlitteratur. S.68-88.

Svedjedal, Johan "James F English: "The Economy of Prestige.": Litterära priser = heta nyheter" *Dagens Nyheter*, 2006-12-07, Sektion: Kultur, Sida: A04.

Todd, Richard (1996) *Consuming fictions: the Booker Prize and fiction in Britain today*. London: Bloomsbury.

Williams, Raymond (1988) *Keywords: a vocabulary of culture and society*. Reviderad och utökad upplaga. London: Fontana.

## **Elektroniska källor**

Augustpriset – Svenska Förläggare AB  
[www.augustpriset.info](http://www.augustpriset.info) [2008-02-10]

Svenska Förläggareföreningen - Svenska Förläggare AB  
[www.forlaggare.se](http://www.forlaggare.se) / Evenemang / Augustpriset [2008-02-10]

Informations- och lånecentralen i Malmö  
*Litteraturpriser: Svenska och samnordiska litterära priser och belöningar*.  
*Sammanställd av Informations- och lånecentralen i Malmö* (2008-04-16). (Uppdaterad av Carola Beijer).  
<http://www2.malmo.stadsbibliotek.org/nils/litterat/priser.html> [2008-04-25]

Nationalencyklopedin - [www.ne.se](http://www.ne.se) [2008-04-24]  
Söktermer: kommersiell, litteratursociologi, Pierre Bourdieu

## Bilaga – Referat av artiklar

2007

**Brandel, Tobias ”Debutanter slåss om Augustpriset - Åsa Linderborg och Åsa Anderberg Strollo bland de nominerade” *Svenska Dagbladet*, 2007-10-23, Sektion: Kultur, Sida: 4.**

Artikeln kommenterar 2007 års nominerade verk. Brandel har varit på plats vid presentationen av nomineringarna samt den efterföljande presskonferensen, har kort intervjuat författarna till de nominerade verken, Åsa Linderborg, Torgny Lindgren, Ulf Karl Olov Nilsson m.fl. Brandel menar att nomineringarna inte är särskilt överraskande, och att juryn väl speglar bredden i det litterära landskapet, och kommenterar att de nominerade böckerna är årets bästa – enligt bokbranschen själv.

**Ekström, Andreas ”Snabba cash för Augustvinnaren” *Sydsvenska Dagbladet*, 2007-12-03, Sektion: B, Sida: 01.**

Ekström kommenterar Augustprisets kommersiella genomslagskraft, och att det har en ovanlig kombination av litterär status och kommersiell pålitlighet. Han har intervjuat en förläggare på Atlas förlag om vad det skulle betyda för försäljningen om Åsa Linderborg vinner den skönlitterära klassen. Slutligen jämför Ekström Augustpriset med utländska pris som det engelska Bookerpriset och de amerikanska National Book Award och Pulitzer-priset.

**Högström, Jesper ”Fel bok vann” *Expressen*, 2007-12-04, Sektion: Kultur, Sida: 08.**

I artikeln spekuleras det kring om det var medvetet snobberi från Svenska Förläggareföreningens sida att utse Carl-Henning Wijkmarks bok ”Stundande natten” till vinnare och inte storfavoriten ”Mig äger ingen” av Åsa Linderborg. Högström menar att Augustpriset är medvetet oförutsägbara för att överraska och hålla igång uppmärksamheten kring priset i media. Högström menar att Åsa Linderborgs bok har chans att bli en levande klassiker och därför kommer man att se tillbaka på 2007 som året då Åsa Linderborg *inte* vann Augustpriset.

**Karlsson, Jan ”Augustvinnare vinner inte i längden” *Kristianstadsbladet*, 2007-12-03, Sektion: Kultur, Sida: 42.**

Karlsson menar i sin artikel att Augustpriset är för införlivat i ”nyhetsfixeringens skrällar och sensationer”, och efterlyser att annat pris som skulle kunna gå till den typen av författare som inte kommer i fråga för Augustpriset. Han tycker inte riktigt att de verk som vunnit under 2000-talet inte håller så hög klass som skulle önskas.

**Nydahl, Thomas ”Bokbranschen belönar sig själv” *Kristianstadsbladet*, 2007-10-24, Sektion: Kultur, Sida: 50.**

Nydahl menar att Augustpriset är branschens eget pris, att de böcker som nomineras är de som branschen helst vill se som storsäljare och att branschen således belönar sig själv genom nomineringarna. Vidare anser han att många bra böcker fattas i nomineringarna, men menar att det är helt i sin ordning eftersom tycke och smak är väldigt olika. Slutligen frågar han sig om Augustpriset bidrar till tendensen att bokhandeln får allt större staplar av allt färre titlar, samt att de mindre förlagen försvinner.

**Sandström, Daniel "AUGUSTHYLLAN. Mönstret går igen" *Sydsvenska Dagbladet*, 2007-10-23, Sektion: Kultur, Sida: B05.**

Artikeln kommenterar nomineringar, och Sandström menar att Augustpriset i detta hänseende är tryggheten personifierad. Han menar att det finns en modell för hur nomineringarna ser ut, som går igen varje år; en poet, en eller två välkända och etablerade författare, samt en eller två representanter för den yngre litteraturen. Sandström menar det är självklart att Åsa Linderborg kommer att vinna, och att detta faktiskt skulle kunna vara ett traditionsbrott eftersom boken ges ut av det mindre förlaget Atlas.

**Sandström, Daniel "Skrällen räddar priset" *Sydsvenska Dagbladet*, 2007-12-04, Sektion: Nöje, Sida: B01.**

Sandström hävdar att Augustpriset har varit farligt nära att bli en parodi på sig själv, eftersom utpräglad litterära författare visat sig ha liten chans att vinna. Han kallar priset för "bokbranschens kvalitetsstämplade julklappstips". Vidare spekulerar Sandström kring om elektorerna blivit påverkade av sådan kritik som förts mot priset, och att de därför valde Wijkmark istället för Linderborg. Sandström tycker att valet av Wijkmark är bra eftersom det gör Augustpriset lite mer oförutsägbart.

**Sandström, Daniel "GNÄLLHYLLAN. Säker som en August" *Sydsvenska Dagbladet*, 2007-10-24, Sektion: Kultur, Sida: B05.**

I artikeln kommenteras en liten dispyt mellan Sandström och Augustjuryns ordförande Annina Rabe, som uppstått då Sandström kritiserat juryns arbete. Sandströms kritik består i att nomineringarna är extremt förutsägbara och att priset är konstruerat så att allt för "konstiga" böcker inte kan vinna.

**Schueler, Kaj "Hetlevrade romaner valdes bort. KOMMENTAR | Nomineringarna till Augustpriset" *Svenska dagbladet*, 2007-10-23, Sektion: Kultur, Sida: 4.**

Schueler kommenterar de nominerade titlarna. Han menar att juryn har lyckats spegla bredden i det litterära landskapet, och att romankonsten står starkare än poesin i jurysammanhang. Schueler upplever vidare att juryn verkar ha tagit mer hänsyn till läsoplevelsen än vad som ligger rätt i tiden, och har således inte nominerat sådana romaner som väckt mycket uppmärksamhet; Maja Lundgrens "Myggor och tigrar", Sisela Lindbloms "De skamlösa" och Maria Svelands "Bitterfittan" t.ex.

**Strömberg, Henrik "August - ett litterärt pris i tiden" *Göteborgs-Posten*, 2007-10-23, Sektion: Gränslöst, Sida: 72.**

I artikeln behandlas presentationen av de nominerade, och Strömberg har kort intervjuat de nominerade. Strömberg berör också den kritik om kommersialitet och förutsägbarhet som ibland riktas mot priset.

**Ullberg, Sara "August är den breda smakens bokpris" *Dagens Nyheter*, 2007-12-03, Sektion: Kultur, Sida: A02.**

Ullberg har intervjuat några författare, litteraturkritiker, tidigare jurymedlemmar samt vd för Svenska Förläggareföreningen. Hon tar upp kritiken om kommersialitet och förutsägbarhet som riktats mot priset, samt att det är själva urvalsprocessen som är orsaken till detta. Slutligen nämns att den roman som vinner ska vara bred och läsarvänlig och att Åsa Linderborg och Torgny Lindgren anses vara de enda av 2007 års nominerade som passar in.

## 2006

### **Cederskog, Georg ” Boklådorna: "Den som vinner brukar sälja bra."” *Dagens Nyheter*, 2006-12-04, Sektion: Kultur, Sida: B02.**

Cederskog har intervjuat bokhandlare, och frågat vem de helst skulle se som vinnare. Cederskog menar att det faktum att elektorsförsamlingarna innehåller representanter från bokhandeln har betydelse för vem som vinner, och att man i butiksleden vill ha kända författare med vida målgrupper. De intervjuade bokhandlarna säger bl.a. att den vinnande boken kan vara mycket viktig för handeln, om den inte är för smal.

### **Håkansson, Björn ” Bojkotta Augustpriset! Poeterna borde vägra vara gisslan.” *Dagens Nyheter*, 2006-12-08, Sektion: Kultur, Sida: A06.**

I artikeln riktas stark kritik mot Augustpriset eftersom det inte har en särskild kategori för poesin. Utan en sådan kategori har poesin inte någon chans alls att vinna, eftersom romaner anses mer kommersiellt gångbara. Håkansson menar att nomineringar av poeter bara fungerar som alibin för att höja Augustprisets status, och att de aldrig har en ärlig chans att vinna.

### **Myrdal, Janken ”Djäv utgivning utan premier. APROPÅ - Augustpriset” *Svenska Dagbladet*, 2006-12-19, Sektion: Kultur, Sida: 78.**

Myrdal kommenterar att det i princip alltid är de stora förlagen som kammar hem både nomineringar och vinster. Det är tråkigt för de små förlagen, som också borde premieras för sin kulturinsats, och vilka ofta är djävare i sin utgivning eftersom de inte är lika inriktade på vinsten.

### **Persson, Malte ”Grattis Bonniers”! *Expressen*, 2006-10-24, Sektion: Kultur, Sida: 06.**

Persson kommenterar de nominerade och beskriver Augustpriset som ”bokbranschens årliga present till sig själv”. Vidare uppmärksammar han att Bonniers har fått många nomineringar. Slutligen tror Persson att Susanna Alakoskis ”Svinalängorna” kommer att vinna, eftersom den är en typisk, lättsmält vinnare.

### **Persson, Malte ”Skriva lätt är större” *Expressen*, 2006-12-05, Sektion: Kultur, Sida: 06.**

I artikeln kommenteras Augustgalan, och Persson säger att han tippat rätt vinnare då den mest lättlästa kandidaten, Alakoski, vann. Han vill dock inte missunna Alakoski vinsten, men frågar sig vad som är skillnaden beträffande komplexitet mellan Alakoski och t.ex. den typ av ungdomslitteratur som Per Nilsson skriver.

### **Strömberg, Henrik ”Bokbranschen dukar till fest” *Göteborgs-Posten*, 2006-10-24, Sektion: Gränslöst, Sida: 84.**

Strömberg kommenterar nomineringarna och tar upp att priset har stor kommersiell genomslagskraft. Han har intervjuat några personer och tar upp att priset ibland kritiserats för att vara branschens egen julklappslista, samt att de nominerade och vinnarna ofta tillhör de stora koncernförlagen.

### **Werkelid, Carl Otto ””Grattis - till pristagare och bokläsare”. Kommentar: Augustpriset 2006” *Svenska Dagbladet*, 2006-12-04.**

Werkelid menar att det inte finns mycket att invända mot vinnarna av 2006 års Augustpris, men att det är en väldig brist och nästan ett tecken på arrogans att priset inte har någon egen kategori för poesi. Slutligen tycker Werkelid att Augustpriset tråkigt nog blir mer och mer ett kommersiellt snarare än ett litterärt pris.

## 2005

**Eklund, Stefan "Nobelpriset i litteratur är alltid omöjligt att förutsäga. Harold Pinter - ... hade ingen gissat på. Annat är det med Augustpriset" *Borås Tidning*, 2005-10-25.**

I artikeln talar Eklund om att Augustpriset, till skillnad från t.ex. Nobelpriset i litteratur, är mycket förutsägbart. Att det är det beror på att det är branschen själv som delar ut det, och där för är den viktigaste egenskapen hos den vinnande boken att den ska vara säljbar. Därför anser Eklund att en formulering om kommersiell potential hos vinnaren borde läggas till i Augustprisets statuter, för att ge en mer sann bild.

**Kalmteg, Lina "August slår Alfred i bokhandeln" *Dagens Nyheter*, 2005-10-24, Sektion: Kultur, Sida: C02.**

Kalmteg har intervjuat ett antal förläggare och bokhandlare, och säger att Augustpriset är viktigare än Nobelpriset ur kommersiell synvinkel och för handeln fram till jul. Nobelpriset är större ur prestigesynpunkt, men Augustpriset har större påverkan på försäljningen. En anledning kan vara att många representanter från bokhandeln sitter med i elektorsförsamlingen som utser vinnaren.

**Sandström, Daniel "Från hyllkanten. Augustpriset" *Sydsvenska Dagbladet*, 2005-10-25, Sektion: B Sida: 04.**

Sandström menar att Augustpriset är för förutsägbart för att ha någon större relevans för litteraturen. Det har dock större relevans för bokbranschen, vars försäljning ökar tack vare det. Sandström önskar att inte bara kommersiella aktörer tjänade på att Augustpriset finns.

**Sandström, Daniel "Julklappstipsaren August. Utan skandaler och debatt dör de litterära - ... prisgalorna." *Sydsvenska Dagbladet*, 2005-12-04, Sektion: B, Sida: 04.**

Sandström anser i artikeln att den skönlitterära delen av Augustpriset inte går att ta på allvar så länge det är konstruerat som "ett kvalitetsstämplat julklappstips från bokbranschen". Han menar att priset tar för stor kommersiell hänsyn, och att den bok vinner som har störst chans att gå bra i julhandeln.

## 2004

**Bergius, Harald "Handeln hoppas på en lättläst vinnare" *Dagens Nyheter*, 2004-12-06, Sektion: Kultur, Sida: B02.**

Bergius har intervjuat några bokhandlare och frågat dem om vilken vinnare de hoppas på. Handeln verkar hoppas på en bok som inte är för svår och inte har en massa dubbla bottenar.

**Dixelius, Kalle "Norstedts snålar, Bonniers satsar på August" *Göteborgs-Posten*, 2004-10-25, Sida: 65.**

Dixelius har intervjuat några förläggare samt vd för Svenska Förläggareföreningen. Han spekulerar kring hur förlagen tänker när de anmäler titlar och kommer fram till att det är olika; en del skickar bara in de som de tror har en klar chans att bli nominerade, och en del skickar i allt som har en minsta chans. Bonniers t.ex. ser det som ett sätt att uppmuntra sina författare och visa att förlaget tror på dem. Slutligen säger Dixelius att Augustpriset har blivit ett mycket betydelsefullt pris, även ur kommersiell synvinkel.

**Gäre, Ann "Augustpriset en pengafråga" *Sydsvenska Dagbladet*, 2004-10-25, Sektion: B, Sida: 02.**

I artikeln tas upp att det oftast är de stora koncernförlagen, som Bonniers och Norstedts, som får både flest nomineringar och så väl som kammar hem flest vinster. Detta kan bero på att det är relativt dyrt att nominera många titlar. De större förlagen nominerar således fler titlar än de små och har statistiskt sett större chans att få sina titlar nominerade.

**Sandström, Daniel "Gäsp!" *Sydsvenska Dagbladet*, 2004-12-06, Sektion: B, Sida: 01.**

Sandström menar att Augustprisets uppgift inte bara är att prisa det bästa, utan också att tillgodose olika litterära och kommersiella intressen. Detta gör att utnämningförfarandet präglas av försiktighet och kompromissanda, vilket i sin tur leder till mycket förutsägbara val.

**Ullberg, Sara "Klen fantasi hos Augustjuryn - Idel säkra kort är nominerade inför det prestigefyllda Augustpriset" *Borås Tidning*, 2004-12-06, Sida: 12.**

Ullberg menar att Augustpriset är mycket förutsägbart i sina nomineringar och att det oftast satsas på säkra kort. Hon ser också att samma författare återkommer i nomineringarna år från år, både i den skönlitterära klassen och i barn- och ungdomsklassen.

## **2003**

**Enander, Crister "Förutsägbara kandidater till Augustpriset" *Helsingborgs Dagblad*, 2003-10-21, Sida: 18.**

I sin artikel kommenterar Crister Enander de nominerade till Augustpriset. Han menar att det knappast är några överraskande nomineringar. Särskilt uppmärksammar han att det är de stora förlagen, särskilt Bonnierkoncernen, som dominerar och att ingen av de nominerade böckerna kommer från mindre förlag. Enander menar att nomineringarna inte ger en rättvis bild av hur landets bokutgivning ser ut, och undrar om inte Svenska Förläggareföreningen har ett finger med i spelet, eftersom det alltid är deras största och mest inflytelserika medlemmar som dominerar i nomineringarna.

**Neuman, Ricki "Välkända namn dominerar" *Svenska Dagbladet*, 2003-10-21, Sida: 55.**

Neuman anser i sin kommentar till nomineringarna att det inte finns några särskilda överraskningar samt att det mest är välkända författare som finns med. Den enda nominerade diktsamlingen vinner antagligen inte, spår han. Vidare berör han att Bonnierkoncernen och Natur och Kultur dominerar i fack- och skönlitteraturklasserna, medan det är lite mer spridning i barn- och ungdomsklassen.

**Thente, Jonas "KOMMENTAR av Jonas Thente: Orättvisan bakom August" *Dagens Nyheter*, 2003-10-21, Sektion: Kultur, Sida: B02.**

Jonas Thente reflekterar över priset och de nominerade, och menar att priset har överlevt kritiken om att det är för kommersiellt och blivit en självklarhet att bevaka och diskutera. Vad gäller egenskaper hos vinnande bidrag uppfattar Thente det som att linjen som dragits upp för den skönlitterära vinnaren är att den inte ska vara för svår, men inte heller för lätt, utan mittemellan.

**Werkelid, Carl Otto "Skam att lyriken inte har en egen kategori" *Svenska Dagbladet*, 2003-10-21, Sida: 55.**

Werkelid menar att priset vuxit sedan det instiftades och fått mer stabilitet och ett större genomslag. Antalet kategorier har visserligen utökats, men Werkelid saknar en egen kategori för poesin. Han menar att poesin hindras från att vinna genom elektorsförsamlingarnas sammansättning, och menar att en egen kategori måste inrättas och orättvisan undanröjas innan Augustpriset kan bli ett pris att verkligen ta på allvar och glädjas åt.

## **2002**

**Hillås, Lars "Draghjälp med Augustpris" *Svenska Dagbladet*, 2002-12-01, Sida: 74.**

I sin artikel fokuserar Hillås på Augustprisets ekonomiska aspekter, och tittar på försäljningssiffror för några vinnande verk. Vidare nämner han att förutom de 100 000 kr som vinnaren får så blir uppmärksamheten som följer med priset en draghjälp i marknadsföringen och försäljningen av böckerna.

**Neuman, Ricki "Ett pris för de stora förlagen" *Svenska Dagbladet*, 2002-12-01, Sida: 74.**

Neuman har talat med ett antal förläggare om Augustpriset. De små förlagen han talat med menar att priset mest angår de större koncernförlagen, att de verk som är uppmärksammade får ännu mer uppmärksamhet samt att sådan litteratur som inte är potentiella storsäljare eller mainstream har svårt att vinna. De intervjuade menar också att bokhandlarna i elektorsförsamlingen bryr sig mer om vilket förlag böckerna kommer ifrån än de andra elektorerna. Han nämner även kritiken mot att det inte finns en poesikategori.

**Rogeman, Anneli "Inrätta ett Augustpris för poesin" *Svenska Dagbladet*, 2002-12-01, Sida: 74.**

Rogeman menar att Augustpriset numera medför fler sålda böcker, men att även obelönade böcker ändå också kan sälja bra. Hon ställer sig starkt kritisk till att det saknas en egen kategori för poesin, och menar att detta är närmast hånfullt mot ny svensk dikt. Det går inte att jämföra poesi med prosa, och det är en verklig förlust att poesin saknas på prispallen.

**Rogeman, Anneli "Ni har väl sett vilka som är nominerade?" *Svenska Dagbladet*, 2002-11-03, Sida: 50.**

Augustpriset har, menar Rogeman, lyckats armbåga sig fram och bli ett pris som ger stor glans åt författare och garanterade vinster åt bokhandeln och förlagen. Dock tycker hon att det är lite konstigt att olika aspekter, som de stora förlagens dominans, jurysystemets utformning eller att sådana böcker som fått bra kritik under året ofta saknas i nomineringarna, inte diskuteras. Rogeman efterlyser debatt kring dessa frågor för att inte likgiltighet och stagnation ska uppstå kring priset.

## **2001**

**Brunner, Andreas "Gamle August överraskar" *Sydsvenska Dagbladet*, 2001-10-15, Sektion: B, Sida: 02.**

Brunner menar att Augustpriset tillsammans med bokrean och bokmässan är "en del av marknadsföringens heliga treenighet" vars syfte är att öka bokintresset i landet. Han tar

också upp kritiken om att Augustpriset bidrar till institutionaliseringen av bokbranschen som ibland riktas mot priset. Vidare säger Brunner att en vinnare i den skönlitterära klassen oftast är bred och inte för komplicerad, samt att lyrik inte är att tänka på. Han kommenterar också att det oftast är samma förlag som blir nominerade, och att det därigenom verkar som att det bara finns två skönlitterära förlag i Sverige. Dock har de nominerade författarna blivit yngre.

## **2000**

**Hemer, Oscar "Byt ut Augustjuryns ordförande!" *Sydsvenska Dagbladet*, 2000-08-25, Sektion: A, Sida: 04.**

Oscar Hemer menar att den intensiva uppbackningen från bokbranschen som Augustpriset har, har gjort att priset inte blivit så prestigefyllt som man hoppats. Hans främst invändning mot priset i artikeln riktas mot dåvarande ordförande i Augustjuryn, Gunilla Kindstrand, medverkat i en bokklubbstidning där hon skrivit entusiastiskt om en specifik roman. Detta tycker han omdömeslöst och skadligt för Augustjuryns trovärdighet, och han yrkar på att en ny ordförande utses.

**Sandström, Daniel "En riktig julnöt för Augustförsamlingen" *Sydsvenska Dagbladet*, 2000-12-04, Sektion: A Sida: 04.**

Sandström kommenterar systemet med vilket vinnarna av Augustpriset röstas fram, och menar att elektorsförsamlingarnas sammansättning leder till att säkra kort ideligen lyfts fram och att priset därför blir förutsägbart. Redan etablerade och kända författare vinner ofta, och priset bekräftar därför mest vad alla redan vet. Sandström går vidare och kommenterar de nominerade, och säger slutligen att han tror att Mikael Niemis "Populärmusik från Vittula" ligger bra till för att den har den omedelbarhet och förföriska värme som krävs.