

Mediebilden av De oberoende.

Analys av kommunikationen mellan journalister från *Dagens Nyheter*,
Svensk bokhandel och förläggare från gruppen De oberoende.

Media image of group De oberoende (twelve Swedish
publishing houses).

The analysis of communication between journalists from *Dagens Nyheter*, *Svensk
bokhandel* and the group De oberoende.

Natalia Pasierska

Handledare: Eva Sundgren
Examinator: Gerrit Berends

SAMMANDRAG

Natalia Pasierska

De oberoendes mediebild.

Analys av kommunikationen mellan journalister från *Dagens Nyheter*, *Svensk bokhandel* och förläggare från gruppen De oberoende.

Media image of group De oberoende (twelve Swedish publishing houses).

The analysis of communication between journalists from *Dagens Nyheter*, *Svensk bokhandel* and the group De oberoende.

2011

Antal sidor: 28

Syftet med detta arbete är att undersöka om och hur en mediebild av den informella gruppen "De oberoende" skapad av tolv svenska små bokförlag återspeglar det som gruppen står för och arbetar med i verkligheten. Genom att jämföra den mediebilderna med intervjuer med chefer på några av de förlag som ingår i gruppen vill jag bedöma hur kommunikationen mellan svenska media och "De oberoende" fungerar.

Analysen visar att mediebilderna av gruppen "De oberoende" ligger mycket nära gruppens vision. Därför kan man dra slutsatsen att kommunikationen fungerar bra mellan journalister från *Dagens nyheter*, *Svensk bokhandel* och gruppen De oberoende. Att bilden av gruppen skiljer sig mellan olika tidningar beror på typen av tidning och sättet att sortera information. Det finns inga tecken på att några störningar uppstått mellan avsändare och mottagare, det vill säga mellan journalister och gruppen De oberoende.

De oberoende, bokförlag, bokmarknad, mediebild

Innehållsförteckning

1. Inledning.....	4
1. 1 Syfte.....	4
1.2 Bakgrund.....	5
1.3 Metod och material.....	7
2. Analys.....	8
2.1 Analys av artiklarna.....	8
2.1.1 Dagens Nyheter.....	8
2.1.2 Svensk bokhandel.....	10
2.2 Analys av intervjuer med förlag som ingår i gruppen.....	13
3. Jämförelse mellan de två bilderna av ”De oberoende”	18
4. Diskussion.....	21
5. Avslutning.....	25
Litteratur.....	26
Bilaga 1.....	28

1. Inledning

En vanlig läsare tänker sällan eller aldrig på bokmarknaden och hela processen av hur en historia blir till en bok. Som läsare är vi intresserade av författare och deras böcker och inte av förlag som står bakom hela bokutgivningsprocessen. Hur stor roll förståelsen av denna värld spelar för människor som på ett eller annat sätt samarbetar med olika förlag har jag först förstått när jag började studera litterär översättning. För att hitta sin plats som litteraturöversättare i bokbranschen, måste man lära känna hur den branschen fungerar och hur bokmarknaden ser ut i respektive land. Situationen i bokbranschen i Sverige är väldigt komplicerad. Bokmarknaden domineras av två stora förlagsgrupper medan de resterande små förlagen ständigt kämpar för sin existens.

Fördjupning i den svenska bokbranschen har blivit ännu mer intressant sedan tolv svenska bokförlag missnöjda med Bonniers och Nordstedts dominans på marknaden bildade en grupp ”De oberoende” för att försöka ändra på den situationen. Jag har följt gruppens utveckling och har blivit alltmer fascinerad av fenomenet med gruppen och dess idéer efter mina samtal med olika bokförlag.

I dagens samhälle är vardagen genomsyrad av information. Vi skulle inte kunna prata om informationsflod om det inte vore för kommunikation. Hela tiden diskuteras det hur pålitliga media är idag, men hur mycket sanning finns det i upplysningar som påverkar och skapar vår världsbild? Med ”De oberoende” som exempel kommer jag att analysera deras mediebild och olika faktorer som kan bidra till mediebildens saklighet eller dess förvrängning.

1.1 Syfte

Syftet med detta arbete är att undersöka om och hur en mediebild av den informella gruppen ”De oberoende” skapad av tolv svenska små bokförlag återspeglar det som gruppen är och arbetar med i verkligheten. Genom att jämföra den mediebild med intervjuer med chefer på några av de förlag som ingår i gruppen vill jag bedöma hur kommunikationen mellan svenska media och den nämnda gruppen fungerar.

1.2 Bakgrund

Förlagsvärlden är ett väldigt specifikt område på marknaden. Enligt en undersökning gjord av förlagsgrupperna Livres Hebdo, Publishers Weekly, Buchreport, Publishing Today och en branschtidning *Svensk bokhandel* (*Svensk bokhandel* 07 10 26) publicerad 2007, domineras bokmarknaden i hela världen av stora förlagsgrupper. En sådan situation kan observeras i Skandinavien, till exempel i Sverige där Albert Bonniers Förlag är den största mediekoncernen (Andersson & Katz 2010). Det är nästan omöjligt för de mindre förlagen att konkurrera med de stora koncerner som nuförtiden inte bara arbetar med bokutgivning utan även med information och media. Att det finns en sådan tendens på bokmarknaden i Sverige är synligt även när litteratur om branschen analyseras. De flesta titlarna där verksamheten i ett konkret bokförlag beskrivs handlar om Bonniers förlagsgrupp, till exempel: "Bonniers – en mediefamilj. Förlag, konglomerat och mediekoncern 1953–1990" (2001) eller "När Albert Bonniers förlag firade sitt 100-årsjubileum" (1937). Den enda boken där ett förlag som inte tillhör någon av förlagsgrupperna beskrivs är: "Allhems förlag" (Hellichius 1986).

Det intressanta är att det inte finns några böcker där författaren beskriver något som liknar min undersökning och fokuserar på mediebilden av ett eller flera bokförlag. Även nyheterna från bokbranschen domineras av dem om Bonniers och Nordstedts förlagsgrupper. Den 8 november 2010 publicerades i Aftonbladet den första artikeln – *Bonniers monopol hotar mångfalden* – av en hel serie som diskuterade Bonniers dominans på mediemarknaden och dess inflytande på den svenska demokratin och kulturlivet.

Det första grupp av förlag som hade en informell karaktär bildades i Storbritannien då tio engelska bokförlag bestämde sig för att protestera mot de stora förlagsgruppernas dominans. Alla bokförlag som ingår i gruppen Independent Alliance har samma vision när det gäller bokhandel och delar samma värden (<http://www.faber.co.uk/about/independent-alliance/>). Sedan den skapades har positionen av de förlag som är med i gruppen förstärkts på den brittiska marknaden.

I september 2010 (Ståhlberg 11 09 25) kan vi läsa de första nyheterna om en grupp av tolv svenska små bokförlag som gick samman i en informell grupp – "De oberoende" – och skapade den första gruppen av den typen i Skandinavien.

Publicitet anses nuförtiden vara den mest objektiva informationskanalen. Eftersom publiciteten inte bara bygger på enstaka, stora nyheter utan på fortlöpande rapportering betraktas den som mycket trovärdig och komplex (Malmsten 2002:46). Dessutom blir fler företag medvetna om att kommunikation är ett konkurrensmedel på marknaden (Erikson 2007: 156). Hur företag eller organisationer framställs i olika nyhetssändningar och artiklar och vilken information som publiceras spelar en stor roll för hur den aktör som beskrivs blir mottagen av publiken. Dessutom spelar media en betydande roll för den offentliga debatten (Gripsrud 2008:288).

Enligt Malmsten (2002:50) består mediebildens av olika faktorer som tiden, formen och innehållet. När det gäller tiden, analyserar man hur och om mediebildens förändras under tiden, om inslag om organisationen i fråga publiceras regelbundet eller i cykler samt om nyheterna släpps under lämpliga omständigheter. Under formen analyseras artikeltyper, medietyper samt geografisk spridning och under innehållet ämnen, medievinkling, budskap, aktörer och fokus. Medievinkling är väldigt viktig i mediebildens skapande. Om vinklingen är positiv börjar gruppen i fråga kopplas med positiva värderingar (Malmsten 2002:62-62), vilket inte bara bidrar till gruppens positiva utveckling utan även till ett positivt mottagande (Erikson 2007:101). Om gruppen ställs i fokus i olika artiklar och inte bara nämns är det också, enligt Malmsten (2002:51), en fördel i mediebildens skapande. Om information blir publicerad beror också, enligt Malmsten, på om en händelse är ny eller inte.

Malmsten (2002:48) skriver att vissa företag väljer att kontrollera sin mediebild. Ett företag själv bestämmer vilken information som ska vara offentlig och ofta används pressen för att till exempel föra debatt om konkurrenternas roll på marknaden. Den typen av nyhetssituation kallar han för "kontrollerat mediearbete".

Erikson (2007:103) skriver att den personliga kontakten med journalister är det bästa möjliga när det gäller mediebildskapande. Först och främst lär man känna varandra, har mer tid för samtal och dessutom kan varje otydlighet förklaras direkt, till skillnad från till exempel ett pressmeddelande, och därför finns det inte så många understatement eller fel i artiklar. Journalister saknar ofta fackkunskaper och därför kan det vara svårt för dem att återspegla en händelse eller information på ett korrekt sätt; noggrannhet av de som blir intervjuade spelar oerhört stor roll i skapandet av mediebildens. En annan metod för att kommunicera med pressen som blir mer och mer populär är att skriva debattartiklar om olika händelser som angår en grupp eller

organisation (Erikson 2007:104). Den tekniken att ställa opponerande parter mot varandra i debatter kallas för polarisering och har stor betydelse i mediebildens skapande (Andréasson 2003:45).

En grupp kan i ett visst mån påverka sin mediebild men har aldrig något inflytande på hur läsarna tolkar informationen som publiceras i press. Hur stor betydelse för förståelsen hermeneutiken¹ har beskriver Kjeldsen i sin bok "Retorik idag" (2008:319). Han påpekar att människor försöker skapa en helhet av de bitarna som de läser i tidningar och därför kan bilder av olika fenomen skilja sig hos olika läsare. Även Gripsrud (2008:193) understryker att mottagaren har oerhört stor betydelse i tolkningen av information.

Gripsrud (2008:137) presenterar en kommunikationsmodell som kallas för järnvägsmodell. Det är en enkel modell där avsändare skickar ett budskap till mottagare; mottagaren tolkar budskapet. Han analyserar inte en mer komplicerad variant där mottagare är också avsändare.

1.3 Metod och material

Jag analyserar sju artiklar från svenska dagspressen och branschpressen som handlar om själva gruppen och deras mål samt om "De oberoende" i olika branschsammanhang. De artiklar som jag har valt är inte de enda artiklar om gruppen som publicerades, men i de artiklar som jag inte analyserar nämndes gruppen bara och ställdes inte i fokus. Jag har valt att basera min analys på de artiklarna från *Dagens Nyheter (DN)* och *Svensk bokhandel* där gruppen ställdes i fokus. Jag har valt att inte genomföra retoriska analyser av artiklarna där etos, logos, patos och olika stilistiska grep analyseras därför att jag vill fokusera på informationen om gruppen "De oberoende". Den mediebild jämförs med visionen av själva förlagen som ingår i "De oberoende". För att få fakta om gruppen intervjuar jag Nina Wadensjö från Alfabeta bokförlag och Svante Weyler från Weyler förlag; båda förlag ingår i gruppen "De oberoende".

Eftersom materialet som jag disponerar inte är stort är undersökningen kvalitativ. Dessutom stödjer jag alla resonemang med relevant litteratur.

¹ Tolkningslära

2. Analys

2.1 Analys av artiklarna från *DN* och *Svensk bokhandel*

2.1.1 *Dagens Nyheter*

De oberoende morskar upp sig – Carin Ståhlberg

Den första artikeln om gruppen ”De oberoende” – ”De oberoende morskar upp sig” publicerades i *DN* den 25 september 2010. Artikeln är huvudsakligen en intervju med Svante Weyler och Dorotea Bromberg som arbetar på två av de förlag som gick med i gruppen. Samtalet ägde rum på mässan Bok och Bibliotek i Göteborg år 2010. Journalisten bestämde sig för att prata med förlagen som ingår i gruppen efter den uppståndelse de hade väckt i branschen.

Först, i ingressen, använder Carin Ståhlberg ordet *samarbete* för att skildra ”De oberoendes” aktivitet. Men redan en mening efteråt byter hon det ordet och kallar den nya gruppen för en ”gemensam förlagsgrupp”, trots att Svante Weyler som hon intervjuar själv kallar ”De oberoende” för en samtalsgrupp. Därefter skriver Ståhlberg att ”De oberoende” påpekar att syftet med att skapa gruppen är erfarenhetsutbyte och gemensam diskussion och understryker att förlagen fortfarande vill förbli konkurrenter på bokmarknaden.

Trots att hon pratar med Svante Weyler och Dorotea Bromberg som svarar på hennes olika frågor, drar hon också slutsatser själv. Hon ställer till exempel frågan om huvudorsaken till att skapa gruppen var att förstärka positionen mot Bonniers och Nordstedts som dominerar den svenska bokmarknaden. Trots att varken Bromberg eller Weyler ger ett entydigt svar, fortsätter Ståhlberg sin artikel med att beskriva hur starka positioner Bonniers förlag och Nordstedts har och skriver att det är just på grund av de två stora förlagens dominans som gruppen ”De oberoende” skapades.

Ståhlberg hänvisar till namnet och frågar förläggarna hur oberoende gruppen kan bli. Bromberg påpekar att de är mycket mer beroende av läsare än de stora förlagsgrupperna men de ägs inte av någon mediekoncern och i detta ser de sin styrka och plats för diskussion samt förändringar.

De mesta information som vi får i artikeln kommer från representanter från de inblandade förlagen. Därför står Ståhlberg på säkra sidan. Men det finns fortfarande saker som vi inte får veta om "De oberoende" från denna artikel, även sådan grundinformation som när gruppen skapades och vilka svenska förlag som gick med i gruppen. Det finns inga drag i artikeln som skulle tyda på att Ståhlberg är positivt inställd till gruppen men vi hittar inte heller någon kritik. Hennes inställning till "De oberoende" är neutral.

Småförlag möter Nordstedts för samtal - Carin Ståhlberg

I den andra artikeln "Småförlag möter Nordstedts för samtal" som publicerades i *DN* den 29 september 2010 kallar Ståhlberg också "De oberoende" för en förlagsgrupp. Hon hänvisar till den tidigare artikeln och nämner nu fem av de tolv förlagen som gick med in i gruppen. Dessutom skriver Ståhlberg först nu att gruppen skapades i september 2010. Som grund till båda Ståhlbergs artiklar ligger intervjuer med Svante Weyler från Weylers förlag. Därför är det svårt att bedöma om bilden vi får baseras bara på Weylers åsikter eller om det är gemensamma synpunkter från hela gruppen.

Från denna artikel får vi veta att Nordstedts har tagit kontakt med "De Oberoende" men Bonniers har fortfarande inte kontaktat gruppen. I sin artikel visar Ståhlberg att gruppen är missnöjd med en tendens på marknaden, då stora bokförlag anställer människor som kommer från andra branscher och vill förändra situationen på bokmarknaden utan att ha någon aning om hur den fungerar. Ytterligare får vi informationen att gruppen ständigt försöker ta kontakt med andra förlag och förlagsgrupper i olika sammanhang.

Vi kan även läsa att Bonniers möter i olika sammanhang olika förläggare som tillhör "De oberoende" men fortfarande inte har tagit kontakt med hela gruppen. Enligt Jonas Axelsson, som är litterär chef på Bonniers, kommer Bonniers förmodligen samtala med "De oberoende" ifall de visar intresse av att samtala.

I *DN* kan vi bara hitta de bilder av gruppen "De oberoende" som dessa två artiklar ger; vi erbjuds inte någon information om deras aktiviteter och inte heller får vi veta hur gruppen fungerar på marknaden eller om deras position har förändrats sedan de tillkännagav sin existens. Dessutom använder Ståhlberg ordet *förlagsgrupp* som kan vara missvisande i detta sammanhang. Problemet är att det inte finns någon definition av förlagsgrupp i litteratur om bokbranschen, men genom analys av

existerande förlag och förlagsgrupper och efter intervjuer med Svante Weyler och Nina Wadensjö kan vi dra slutsatsen att en förlagsgrupp är en grupp av förlag som har juridiska band samt gemensam ekonomi och trots att de olika förlag som ingår i en förlagsgrupp ofta figurerar på marknaden under olika namn så konkurrerar de inte med varandra direkt. Därför väcker ordet förlagsgrupp fel konnotationer i detta sammanhang.

2.1.2 *Svensk bokhandel*

De övriga fem artiklarna om "De oberoende" som man kan hitta i den svenska pressen kommer från en branschtidning *Svensk bokhandel*. I det följande presenterar jag vad som skrivs i dem om gruppen i artiklarna i kronologisk ordning.

Förlag går ihop mot maktkoncentration - Lasse Winkler

Den första artikeln "Förlag går ihop mot maktkoncentration" (10 09 09) är mycket mer informativ än de artiklar som publicerades i *DN*. Vi får information om hur många förlag och vilka som har startat ett samarbete. Dessutom skriver Lasse Winkler att orsaken till att de små förlagen bestämde sig att skapa en grupp var missnöje med Nordstedts och Bonniers dominans på den svenska marknaden men också på grund av besvikelse med förlagsföreningens aktivitet där, enligt "De oberoende" inga viktiga frågor som berör små förlag i Sverige diskuteras.

Dessutom får vi veta att "De oberoende" hade träffats redan ett år innan de berättade på mässan Bok och Bibliotek att de samarbetar. Orsaken till det första mötet var missnöje med Akademibokhandelns försäljningsstrategi. Genom ett svar av Pelle Andersson som är förlagschef på Ordfront får vi veta att gruppen inte har några ideologiska grunder. Det som de begär är en fungerande marknad och diskussion mellan de olika svenska förlagen just om bokmarknaden. Vi får även veta att "De oberoende" hade en gemensam monter på mässan Bok och Bibliotek i Göteborg för att presentera ett urval av böcker.

Dorotea Bomberg påpekar att det inte handlar om ett slutet samarbete, där förlagen har en gemensam marknadsföring, som i den brittiska gruppen Independent Alliance, men den var en inspirationskälla. Hon understryker också att förlagen fortfarande är konkurrenter men att de försöker att hjälpa varandra med det vardagliga arbetet.

En nödvändig kraftsamling – Lasse Winkler

I sin andra artikel om gruppen ”De oberoende” – ”En nödvändig kraftsamling”(Svensk bokhandel 10 09 10) – skriver Lasse Winkler att skapandet av gruppen är viktig för bokbranschen; det är grupp som tror på kvalitetslitteratur och oberoende bokhandel. Han påstår att de kommer att vitalisera bokbranschen och tvinga Bonniers och Nordstedts att reflektera över situationen på marknaden. Dessutom tycker Winkler att de genom sina olika kulturella aktiviteter kommer att göra branschen mer intressant, uppmärksamma kvalitetslitteratur och samtidigt stärka dess position på marknaden.

Han påpekar att gruppen själv ser sig som en löst sammansatt grupp och aldrig kallar sig för förlagsgrupp. Dessutom antar han att deras utveckling kommer att likna den brittiska gruppen Independent Alliance som var inspiration för ”De oberoende”. Han tror att de kommer att kämpa mer för sina gemensamma mål och bli mer aktiva också på utsidan än om de hade agerat som enskilda aktörer. Han beskriver kort situationen på den svenska bokmarknaden och understryker att ”De oberoende” och deras aktivitet behövs i Sverige för att förbättra stämningen på marknaden.

Den bilden han skapar är mycket positiv. Redan i titeln genom att använda orden ”nödvändig kraftsamling” visar han att gruppen ”De oberoende” inte bara är välkommen på den svenska bokmarknaden utan även att den behövs för att förbättra den. Ytterligare kritiserar han både Bonniers och Nordstedts för deras attityd till de små förlagen och tendens till att utesluta de små förlagen från olika aktiviteter på bokmarknaden.

De oberoende har gjort sitt första avtryck – Lasse Winkler

I ledaren ”De oberoende har gjort sitt första avtryck” (100922) beskriver Lasse Winkler en situation då agenten Joakim Hansson gick över med sina författare till Nordstedts från Ordfront. Han drar slutsatsen att detta inte bara påverkar Ordfront utan även har inflytande på hela gruppens framtid.

Han skriver också att enligt Ordfront är det möjligt att gruppen kommer att skapa en egen agentur eller sluta samarbeta med agenterna som inte tar hänsyn till deras intressen. Dessutom funderar han om ”De oberoende” borde starta sin egen pocketutgivning och senare konstaterar han att gruppen ändå redan har ”blivit en maktfaktor”.

Genom att skriva denna artikel och publicera den som ledare i *Svensk bokhandel* visar Winkler "De oberoende" sin och bokbranschens acceptans för deras samarbete samt visar att deras tillkomst var en viktig händelse i den svenska bokbranschen. Ytterligare genom att ställa olika frågor som "De oberoende" kan ställa sig, till exempel "Ska vi bojkotta agenter som vi tycker skadar oss", visar han riktningen för gruppens möjliga utveckling och samtidigt uppmärksammar han problem som gruppen kämpar med varje dag.

De oberoende och KF vill samarbeta – Sara Djurberg

I artikeln "De oberoende och KF vill samarbeta" (10 09 30) beskriver Sara Djurberg resultatet efter ett möte mellan Akademibokhandeln, Nordstedts och "De oberoende". Vi får veta att det var Nordstedts förlag själv som tog kontakt med gruppen för att diskutera hur parterna kan samarbeta. Nina Wadensjö som är chef för Alfabet förlag berättar att Nordstedts visade intresse för samarbete och var öppna för diskussion om exponering och även utbud av gruppens böcker i Akademibokhandeln, Coop och Bokus.

Vi får även information om andra idéer som "De oberoende" hade, som till exempel skapandet av gemensamma kampanjer och erbjudande i butiker. Att Nordstedts, som är ett av de största bokförlagen i Sverige, kontaktade gruppen "De oberoende" visar att gruppen redan har blivit en maktfaktor på den svenska marknaden.

Boksöndag – Anna Sunnerholm

Förutom de artiklar som publicerades i *Svensk bokhandel* uppmärksammade också branschtidningen en boksöndag som organiserades av "De oberoende" (10 11 19). Inlägget är kort men mycket positivt skrivet. Journalisten Anna Sunnerholm valde till exempel att skriva "adventsafton med det bästa av årets böcker". Från detta inlägg får vi information om att "De oberoende" är välkomna i branschen och att även sådana aktörer som branschtidningen *Svensk bokhandel* stödjer deras verksamhet.

I *Svensk bokhandel* hittar vi fler artiklar än i *DN* samt får mer information om gruppen. Vi får inte bara veta när gruppen bildades och vilka svenska bokförlag som är med utan får även förklaringar som hjälper att förstå hur gruppen fungerar och vad som är dess syfte. Att artiklarna från *Svensk bokhandel* skiljer sig så mycket från

dem från *DN* beror förmodligen på att det är en branschtidning medan *DN* är en dagstidning och att de riktar sig till olika läsare.

1.2 Analys av intervjuer med förlag som ingår i gruppen

Med anledning av att "De oberoende" inte har skrivit något dokument där de beskriver vad deras samarbete innebär baserar jag det här avsnittet av uppsatsen på intervjuer och mejlväxling med Nina Wadensjö från Alfabet förlag och Svante Weyler från Weyler förlag.

Svante Weyler underströk redan när vi mejlade varandra att han skulle uttala sig som medlem av gruppen "De oberoende" och inte som talesman för den.

Enligt Nina Wadensjö träffades de tolv förlagen för första gången under hösten 2009. Orsaken till detta var att de började inse att den svenska bokmarknaden har blivit mer och mer dominerad av de stora bokhandelskedjorna och de ville tillsammans diskutera främst Akademibokhandelns nya avtalsförslag. De flesta förlagen som idag ingår i "De oberoende" är medlemmar i NOFF² och Förläggarförening som ansvarar för sådan marknadsanalys. Men förlagen kände att varken NOFF eller Förläggarföreningen hade visat tillräckligt stort engagemang i de växande problemen på bokmarknaden. Dessutom tar Bonniers, som är den största aktören på den svenska marknaden, enligt Weyler inte något ansvar för hela systemet, utan tänker bara på sin utveckling utan att ta hänsyn till vilka konsekvenser deras agerande har för resten av bokmarknaden och även det svenska samhället. På grund av detta missnöje påbörjades ett löst samtal mellan de tolv förlagen och en idé uppstod att kontakta bokhandelskedjorna som en grupp. De små förlagen tyckte att de som en grupp skulle bli starkare. Att det just har blivit de tolv förlagen som idag ingår i gruppen "De oberoende" var, enligt Weyler, en slump. De stora förlagsgrupperna ville inte samtala med de små förlagen som grupp. Weyler antar att de ville spela de små förlagen mot varandra genom att erbjuda dem olika villkor. Då insåg de små förlagen att de stora bokhandelskedjorna förstod att en grupp skapade av de små förlagen skulle kunna vara ett hot mot deras dominans på marknaden. Dessutom tyckte de små förlagen att deras diskussioner och erfarenhetsutbyte var så givande att de bestämde sig att fortsätta samarbete som gruppen "De oberoende".

² Nordiska oberoende förlags förening

När förlagen hade förstått att de var tillräckligt mogna och kunde få en betydelsefull röst i bokbranschen som en grupp, bestämde de sig att tillkännage sin existens på mässan Bok & Bibliotek 2010 i Göteborg.

Enligt Nina Wadensjö som är representant för Alfabetas förlag är det Alfabetas, Weyler, Ordfront, Brombergs, Atlas, Atlantis, En Bok För alla, Ersatz, Historiska Media, Leopard och Lind & Co som ingår i gruppen idag. Gruppen har ingen talesman, däremot utses en ordförande under en bestämd tidsperiod. Ordföranden har rollen att uttala sig för pressen. En representant från varje förlag är ordförande under en tidigare bestämd tid och ansvarar då också för alla möten. Wadensjö understryker att eftersom alla förlag är fristående får de prata med alla de vill. Gruppen träffas regelbundet en gång i månaden och diskuterar problem som har uppstått i branschen samt utbyter erfarenheter. Weyler säger att deras samarbete är otroligt nyttigt eftersom de små förlagen varken har tid eller resurser för att följa alla trender och då under sina möten kan de som är mer insatta i vissa saker, till exempel: ”e-böcker eller (...) lagersystem eller (...) royalty redovisningar”, kan informera de andra om dessa.

Trots att det är några förlag till på den svenska marknaden som skulle vilja bli en del av ”De oberoende” planerar inte gruppen att bli större. Deras ambition är inte att skapa en ny förening som NOFF utan att behålla intimiteten och föra en debatt på bokmarknaden samt diskutera branschen i en grupp där de flesta känner varandra sedan tidigare.

Den brittiska informella gruppen Independent Alliance var inte en direkt förebild för gruppen ”De oberoende”. En del av gruppens medlemmar kände till den brittiska gruppen, men inte alla. Wadensjö säger att nu, när de har blivit till en grupp, kan de följa liknande grupper utveckling i olika länder och lära sig av deras exempel. Enligt henne skulle det vara svårt att utveckla gruppen i exakt samma riktning som Independent Alliance eftersom den svenska marknaden skiljer sig väldigt mycket från den brittiska. Weyler påpekar däremot att han personligen skulle vara mycket intresserad av att ”De oberoende” utvecklas på liknande sätt som den brittiska gruppen och av att fördjupa sitt samarbete i försäljning och marknadsföring. Han påpekar att nuförtiden är konkurrensen på bokmarknaden mycket större än förr. Det handlar inte längre bara om förlag som slåss om författare utan även om böckers status i mediasamhället.

Enligt Weyler ligger deras styrka i erfarenheten hos de personer som arbetar på de olika förlagen och i den etos som genomsyrar gruppen. De flesta är väldigt erfarna och respekterade i bokbranschen. De är medvetna om att de inte kan påverka Bonniers makt men de kan ha inflytande över deras rykte. Det de vill är att varje gång Bonniers eller Norstedt gör något som på ett negativt sätt inverkar på den svenska bokbranschen, ska de personer som ingår i "De oberoende" skriva artiklar till pressen. Han understryker att de flesta förläggare som ingår i "De oberoende" har stor erfarenhet i branschen och deras röst spelar en stor roll i branshdiskussioner. Weyler påpekar att förlagsgrupperna: "är lite känsliga för sådant därför att de lever på sitt goda rykte". Han säger att "De oberoendes" styrka också ligger i deras litenhet och fattigdom. Weyler understryker att i den svenska kulturen tycker man ofta synd om de små och dessutom tror de flesta på att de fattiga talar sanning.

Gruppen har inga juridiska band och därför kallas den för en löst sammansatt grupp och inte för förlagsgrupp. De kan till exempel inte förhandla för varandra"(Weyler), har ingen gemensam ekonomi och kan inte göra affärer som en grupp. Däremot kan de förhandla om till exempel bättre villkor med tryckerier, för som grupp är de nästan lika stora som Natur och Kultur, det tredje största förlaget på den svenska marknaden. Dessutom får de organisera olika gemensamma aktiviteter och tillsammans marknadsföra sina böcker som "De oberoende". Ett exempel på ett sådant evenemang är en liten julbokmessa som gruppen arrangerade i december 2010 på Södra Teatern i Stockholm (Weyler). Annars är de konkurrenter på marknaden (Wadensjö).

Om de organiserar ett evenemang är det inte obligatoriskt för alla förlagen som är med att ta del i sådana evenemang vilket, enligt Weyler, kan leda till problem. Om några förlag alltid är aktiva och de andra aldrig eller väldigt sällan, kan det påverka samarbetet inom gruppen. Därför måste gruppen fundera på om de bara vill vara en samtalsgrupp och som Weyler säger: "hota de stora förlagsgrupperna" genom att skriva artiklar till pressen där de beskriver hur Bonniers och Nordstedts betar sig mot de små förlagen, eller om de vill vara fastare och fortsätta marknadsföra sina produkter tillsammans.

Sedan gruppen tillkännagav sin existens i september 2010 har den blivit mycket känd och uppskattad i branschen. Enligt Weyler är det emellertid väldigt få praktiska saker som har förändrats. Wadensjö understryker att förändringar är olika för olika

förlag. Den största skillnaden är medvetenheten om att de har stor informell makt över de stora bokhandelskedjorna och förlagsgrupperna tack vare de erfarna personer som är med i gruppen och att de kan skriva artiklar om vad som händer i branschen och skicka till pressen. Dessutom har de inte bara pratat med Akademibokhandeln och Nordstedts (Wadensjö) utan även blivit bjudna som en grupp till Förläggarföreningens årsmöte där de kommer att kräva en litteraturutredning, dvs. granskning av monopoliseringstendenser på den svenska marknaden. Weyler tycker att det är ett stort steg; som enskilda förläggare skulle de inte blivit bjudna och en sådan diskussion skulle kanske aldrig börja därför att det är Bonniers och Nordstedts som styr förläggarföreningen och det är de som anklagas för de tendenserna i bokbranschen. Men eftersom Bonniers och Nordstedts är rädda för dåliga rykten kommer "De oberoendes" motion förmodligen att accepteras. Enligt Wadensjö tas alla förlag som ingår i gruppen på större allvar när de agerar som en grupp.

De viktigaste värderingarna för de förlag som ingår i gruppen är enligt Weyler att ge ut böcker av hög kvalitet. Weyler understryker att det inte behöver betyda att bara själva texterna är av hög kvalitet utan också att handverket (grafisk formgivning) håller måttet. Han förväntar sig av alla som är med i gruppen att de inte har några skulder, och att de inte säljer hela upplagor till upphovsmännen för att överleva på marknaden. Dessutom skulle han vilja att de böcker som ges ut är de bästa som finns på marknaden men det kan han inte kräva av de andra förlagen i gruppen.

"De oberoende" kämpar för att förändra korrelationer på bokmarknaden, stärka bokmarknaden och stärka förlagen i sin position på marknaden. Dessutom vill de förhindra de stora förlagsgruppernas inköp av fler små bokförlag och även större förstärkning av deras dominans på marknaden. Genom erfarenhetsutbyte och diskussioner skulle de dessutom vilja förbättra sina kunskaper och villkor för till exempel "avtalsförhandling, digitalisering, osv." (Wadensjö).

Både Weyler och Wadensjö påstår att mediebilderna av dem är positiva. Enligt Weyler har det förekommit endast ett negativt uttalande i pressen sedan de tillkännagav sin existens. Det skedde i Aftonbladets serie om Bonniers. Carl-Michael Edenborg på Vertigo förlag som inte är del av "De oberoende" sa: "–Oberoende är att brett samarbeta mot monopolerna, inte när en sluten grupp sätter sig och förhandlar fram privilegier från monopolerna som de här förlagen gör"(11 11 10). Ytterligare tycker de flesta i branschen att det behövdes någon form av aktivitet på den svenska

marknaden som skulle väcka en diskussion om förlagsgruppernas dominans och leda till förändringar i den svenska bokbranschen i framtiden.

Vid samtal mellan parterna är det alltid pressen som kontaktar ”De oberoende”. Gruppen försöker säga så lite som möjligt om sitt samarbete för att behålla sin styrka. Enligt Weyler är de medvetna om att de har en begränsad plats i den offentliga diskussionen om svenska bokbranschen i Sverige och därför vill de spara utrymme för de viktigaste frågorna. Dessutom påstår han att gruppens struktur eller brist på struktur är så svår att förstå för människor att ju mindre synliga de är desto mindre förklaringar måste de ge. Han påpekar att alla människor i branschen vet hur deras grupp fungerar och vad deras syfte är och det är det de strävar efter.

2. Jämförelse mellan de två bilderna av ”De oberoende”

Egentligen har vi fått tre bilder av gruppen ”De oberoende”, nämligen en skapad av de inblandade förlagen, en från *DN* och den sista från branschtidningen *Svensk bokhandel*.

Den bild som presenteras i *Svensk bokhandel* ligger mycket närmare det verkliga konceptet än den som framstår av artiklar som publicerades i *DN*. I *DN* publicerades bara två artiklar om gruppen i kulturdelen. Detta beror förmodligen på att den informationen inte är av så stort intresse för en vanlig läsare utan mest vänder sig till människor som är intresserade av bokbranschen. Men eftersom det inte finns någon liknande grupp i Skandinavien är det mycket svårt att skapa en riktig bild av sådan ovanlig grupp utan att förklara lite mer hur gruppen var tänkt och vilken position den skulle vilja ha på den svenska bokmarknaden utan att ägna mer plats åt det. Dessutom var båda artiklarna skrivna i september 2010 och efter det kunde vi i *DN* inte följa gruppens utveckling eller observera om deras utformning hade påverkat den svenska bokbranschen på något sätt.

I båda sina artiklar ger Carin Ståhlberg information som inte stämmer med gruppens egen bild. Hon kallar den löst sammansatta gruppen för en förlagsgrupp. Det kan leda inte bara till missuppfattning av hela samarbetet utan även väcka en fråga om varför tolv bokförlag som är missnöjda med de stora förlagsgruppernas dominans på marknaden skulle bilda en till stor förlagsgrupp. Dessutom nämner journalisten bara fem av tolv förlag som är med i gruppen. Informationen om att gruppen skapades hösten 2010 stämmer inte heller. Ståhlberg förväxlade datum när den första gemensamma, offentliga aktiviteten ägde rum med gruppens utformning som ägde rum hösten 2009. Även upplysningen om att den brittiska gruppen Independent Alliance var en förebild för ”De oberoende” är oriktig, som vi får veta från intervjun med Svante Weyler och även citat av Dorotea Bromberg (Winkler 11 09 09). Ståhlberg skriver inte heller att gruppen bildades efter att ha träffats bara för att diskutera en fråga och först senare bestämde att erfarenhetsutbytet var så givande att de började se olika möjligheter med samarbete. Som en direkt orsak till skapandet av samtalsgruppen nämner Ståhlberg missnöje med Bonniers och Nordstedts dominans på den svenska marknaden. Enligt Weyler och Wadensjö var orsaken också att varken i NOFF eller i förläggarföreningen diskuterades problem viktiga för små bokförlag. Hon nämner inte heller de gemensamma aktiviteter som ”De oberoende”

organiserade men det kan bero på att båda artiklarna skrevs kort efter gruppen hade blivit offentlig och att de inte hade börjat marknadsföra sina böcker tillsammans.

Dessutom är största delen av den information vi får i de artiklarna citat, vilket är bra med tanke på källkritik, men utan något sammanhang och bredare bakgrund bidrar de till en mycket förenklad bild av gruppen. I de citaten förekommer några nyckelord, till exempel *hot* och *maktfaktor*, som både Weyler och Wadensjö använder under våra samtal. Men Ståhlberg väljer att inte förklara vad som menas med dem och det bidrar till att den mediebild som hon skapar är lite suddig. Dock bilden som uppstår från Weylers och Brombergs uttalanden i artikeln liknar den som jag har fått efter mina samtal och brevväxling med Weyler och Wadensjö.

En mycket tydligare beskrivning av gruppen presenteras i *Svensk bokhandel*. Först och främst är antalet artiklar betydligt större i denna branschtidning än i *DN*. Artiklarna publicerades från början av september 2010 till mitten av november 2010 och därför är bilden av gruppen mer komplex. Att det har skrivits mer om "De oberoende" i *Svensk bokhandel* kan bero på att det är en branschtidning. All information om ett fenomen som "De oberoende" är i Skandinavien av stort intresse för alla som arbetar i bokmarknaden.

Från Winklers artiklar får vi alla grundläggande upplysningar om gruppen. Vi får det riktiga datum när gruppen började träffas och sedan det datum när de tillkännagav sin existens. Han skriver att gruppen träffades först på grund av missnöje med Akademibokhandelns försäljningsstrategi. Dessutom nämner han alla bokförlag som gick med i gruppen. I dessa artiklar hittar vi också förklaringar till varför gruppen bestämde sig att fortsätta sin diskussion och här nämns inte bara Bonniers och Nordstedts dominans på marknaden utan även missnöje med Förläggarföreningen samt övertygelse om att samtal inom gruppen är mycket givande.

Winkler beskriver på ett väldigt smidigt sätt vad gruppens samarbete innebär. Han understryker också att gruppen inte är någon förlagsgrupp utan en samtalsgrupp där ett huvudsyfte är erfarenhetsutbyte. Det enda som saknas i de artiklarna om gruppen är förklaring på vilket sätt "De oberoende" vill påverka de stora förlagsgruppernas dominans på marknaden. Winkler beskriver till exempel att Akademibokhandeln redan har träffats med gruppen och diskuterat bland annat hur böcker ska placeras i affärer så att inte bara Nordstedts böcker är synliga. Men han nämner inte att "De

oberoende” ser sig själva som ett hot mot de största mediekoncernerna. Vi får ingen information om att de vill skriva artiklar om Nordstedts och Bonniers varje gång förlagsgrupperna vidtar åtgärder som på ett negativt sätt kan påverka de små förlagen. De vill att offentligheten har medvetenhet om vad som kan hända med information och yttrandefrihet när det är bara en grupp i samhället som har makt över media. Han visar inte heller att deras styrka ligger i erfarenhet, att de flesta representanter för de små förlagen har arbetat i branschen under många år och är mycket respekterade i kulturella kretsar.

Genom att beskriva situationen på den svenska bokmarknaden skapar han en bakgrund som behövs för att kunna förstå ”De oberoendes” plats i diskussionen som pågår. I *Svensk bokhandel* publicerades också artiklar i samband med olika diskussioner och aktiviteter där ”De oberoende” var med och därför är det lättare att följa gruppens utveckling samt hur och om deras samarbete påverkar de största aktörernas verksamhet. Dessutom ställer Winkler många frågor om gruppens möjliga utveckling och visar att gruppen inte bara har utrymme för sin existens utan även är mycket uppskattad i bokbranschen.

Den bild av gruppen som vi får i *Svensk bokhandel* är nästan samma som den som uppstår efter intervjuer med Svante Weyler och Nina Wadensjö. Den information som saknas är inte grundläggande och påverkar inte förståelsen av det som gruppen sysslar med och vad deras syfte är. Dessutom använder Winkler pratminus och stödjer sina påståenden genom att citera representanter från olika förlag som ingår i gruppen vilket bidrar till sakligheten. I hans artiklar framställs gruppens verksamhet mycket positivt. Ståhlbergs artiklar har några brister, som fel datum, klassificering av gruppen som en förlagsgrupp och påståendet att deras förebild var den brittiska gruppen Independent Alliance. Men tack vare intervjuer med Weyler och Bromberg får hon rätt mycket riktig information och detta räddar den bild av ”De oberoende” hon skapar. Även om Ståhlberg har gjort några fel i sina texter så får vi genom jämförelse med Winklers artiklar en tydlig bild som dessutom överensstämmer med ”De oberoendes” vision.

4. Diskussion

Mediebilderna består av olika delar. Det är inte bara själva innehållet av nyheter utan även dess form och tiden då informationen publiceras. Alla inslag om gruppen som jag har analyserat kommer från pressen. Både *DN* och *Svensk bokhandel* är respekterade tidningar som bidrar till "De oberoendes" positiva mediebild. En annan faktor som analyseras i bedömning av mediebilderna är medieinriktning. Genom att använda sig av en tydlig medieinriktning bidrar journalisterna till att information om organisationen i fråga, här "De oberoende", börjar kopplas med vissa beskrivningar och värderingar. Därför är det så viktigt att medieinriktningen är positiv (jfr Malmsten 2002:62-63). I artiklarna om "De oberoende" kan man hitta många positiva ord och formuleringar. Ståhlberg som skrev artiklarna i *DN* var lite mindre entusiastisk än Winkler men hon var åtminstone neutral i sin beskrivning. Artiklarna publicerade i *Svensk bokhandel* visade engagemang och spekulerade om vilka positiva påföljder existensen av "De oberoende" kan ha i framtiden. Det skrevs till exempel att: "De oberoende kommer, genom den kraft de nu får när de går samman, att vitalisera den svenska bokbranschen de närmaste åren" (Winkler 10 09 10). Att "De oberoende" framställdes i press på sådant sätt bidrar till deras positiva utveckling samt mottagande (Erikson 2007:101). Även det faktum att gruppen var i fokus i alla artiklar och inte bara nämndes i samband med andra branschhändelser anses vara en fördel (Malmsten 2002:51).

Det är många faktorer som påverkar medierapportering. Ingen tidning vill publicera artiklar som inte intresserar deras läsare (Malmsten 2002:47). Branschen är en viktig faktor som också framgick av min analys. Det har varit betydligt fler artiklar i *Svensk bokhandel* än dagstidningen *DN*. Även storleken på organisationen spelar roll. Ju större verksamhet desto bredare uppmärksamhet i press. "De oberoende" är inte så stor grupp. Men de har ändå fått ganska mycket uppmärksamhet därför att deras grupp är unik på den svenska bokmarknaden. Trots att deras roll i samhället inte verkar vara så stor med tanke på att en vanlig läsare inte tänker på förlag utan på författare när han köper en bok, ser vi efter analysen att deras existens i hög grad kan påverka utvecklingen av mediekoncerner i Sverige och förhindra total monopolisering. Detta kommer i framtiden ha en stor betydelse även för läsare som kommer att ha tillgång till alla böcker och tidningar som ges ut i Sverige och inte bara till dem som tillhör de stora förlagsgrupperna.

Alla artiklar i *DN* publicerades i samband med deras gemensamma uppträdande på Bok och Bibliotek 2010 i Göteborg där de berättade om att tolv små förlag kommer att samarbeta för att tillsammans försöka förändra vissa saker på marknaden eller åtminstone väcka diskussion om den svenska dominerade bokbranschen. I Svenska bokhandel skedde rapportering under tre månader; den började också under bokmässan men sedan kunde vi läsa fler artiklar om gruppens utveckling men fortfarande när gruppen var ett ganska nytt fenomen i Sverige. Under intervjun sa Svante Weyler att trots att det alltid är journalister som hör av sig när de vill prata med gruppen, är det alltid själva gruppen som bestämmer när och om vilka händelser de vill prata. Den typen av nyhetssituation kallar Malmsten (2002) för kontrollerat mediearbete, där kontroll betyder styrning. "De oberoende" bestämmer inte bara i vilken mån de vill att gruppen ska beskrivas utan planerar även att medvetet använda press för att hota sina konkurrenter på marknaden.

De flesta artiklarna om gruppen "De oberoende" var skrivna efter personliga intervjuer med journalister vilket säkert har bidragit till den tydliga bilden av gruppen. Med tanke på vad Eriksson säger om hur stor vikt har tid och tydliga konkreta svar vid en intervju, kan vi även förklara de fel som vi hittar i Ståhlbergs artiklar. I artikeln "De oberoende morskar upp sig" (10 09 25) skriver hon att: "*DN* kultur gensköt två jäktade förläggare på Bokmässan (...)". Därför hittar vi i hennes artiklar en del extra obekräftade upplysningar som råkade vara fel. Att mediebilderna av "De oberoende" överensstämmer med själva idén av gruppen kan också bero på att förklaringarna om vad gruppens samarbete innebär och vad som är deras syfte var tydliga.

En annan metod för att kommunicera med pressen som blir mer och mer populär är att skriva debattartiklar om olika händelser som angår en grupp eller organisation (Erikson 2007:104). Som jag nämnde tidigare vill "De oberoende" genom att skriva artiklar kritisera de stora förlagsgrupperna och därigenom väcka debatt om deras position på marknaden samt vilka konsekvenser deras agerande kan ha först för de små bokförlagen och senare även för en vanlig läsare. Den tekniken att ställa opponerande parter mot varandra i debatter kallas för polarisering och har en stor betydelse i mediebildens skapande (Andréasson 2003:45). Även hur informationen sorteras påverkar mediebilderna mycket. Ståhlbergs artiklar publicerades på *DN*'s kultursida och Winklers under olika sektioner i *Svensk*

bokhandel. I *DN* var artiklarna allmänna kulturella nyheter och i *Svensk bokhandel* viktiga branschnyheter. Det kan bidra till den mediebild som presenteras i respektive tidningar. Att informationen om gruppen publicerad i *DN* inte är så komplex som i *Svensk bokhandel* behöver inte bero på bristande kommunikation mellan journalisten och representanter från gruppen. Hon har förmodligen sorterat informationen och valt det som hon tycker att *DN*:s läsare skulle tycka är viktigt, medan Winkler som journalist på en branschtidning ger sina läsare så komplex bild som möjligt och låter dem själva sortera upplysningarna om "De oberoende".

Stor betydelse har också hermeneutiken. När författaren sorterar information för att skriva en artikel och väljer bara delar av helheten påverkar han vårt tankesätt och tvingar till att vi skapar helheten av de bitarna vi har (Kjeldsen 2008:319). Därför kan Ståhlbergs artikel leda till fler missförstånd än Winklers artiklar där han beskriver "De oberoendes" organisation omfattande och mer detaljerat. Men det behöver inte betyda att det är någon brist på kommunikation mellan journalister och gruppen i fråga eller bristande kunskaper inom retorik hos journalister; det visar bara hur stor betydelse mottagaren har i tolkningen av information (Gripsrud 2008:193).

Från analysen av både artiklar och intervjuer framgår att gruppen är mycket medveten om sin mediebild och även om dess roll i organisationens position på marknaden. Med tanke på att det publicerades så få artiklar om gruppen under de tio första månaderna av deras samarbete kan man dra slutsatsen att gruppen inte spelar så stor roll på bokmarknaden (Malmsten 2002:61). Det skulle kunna vara en stor nackdel för "De oberoende" som ser sin styrka i det skrivna ordet och är mycket beroende av press. Men gruppen bestämde sig att själv styra sin publicitet, de vet att kommunikation är ett konkurrensmedel på marknaden (Erikson 2007:156). Genom att begränsa den externa kommunikation, särskilt med pressen, vill "De oberoende" fortsätta väcka nyfikenhet och ibland förvåna offentligheten och konkurrenter i branschen med sina idéer och diskussioner. Det är alltså deras sätt att marknadsföra organisationen.

Den analyserade kommunikation är inte så enkel som järnvägsmodellen, där avsändare – "De oberoende" – skickar ett budskap till mottagare – journalister – som tolkar budskapet. I detta exempel är mottagare också avsändare som skriver artiklar och bidrar till den bilden som läsaren kommer att tolka (Gripsrud 2008:137). Att den mediebild vi får efter läsandet av analyserade artiklar överensstämmer med "De

oberoendes” vision tyder på att trots att den kommunikationsmodellen är utvidgad fungerar kommunikationen mycket bra.

5. Avslutning

När jag började skriva denna uppsats var jag övertygad om att mediebilderna av "De oberoende" skiljer sig mycket från själva visionen som de förlag som ingår i gruppen har. Detta berodde på de artiklar som publicerades i *DN* där vi kan hitta några fel i den grundläggande informationen om gruppen och dessutom är bilden som uppstår från dessa artiklar inte komplex. Senare har jag fått tag på andra artiklar om gruppen som publicerades i branschtidningen *Svensk bokhandel* och insåg att kommunikationen mellan pressen och gruppen fungerar utmärkt.

Jag undrade varför det skrivs så lite om gruppen och om det kan tyda på att det finns några brister i kommunikationen med analyserade aktörer. Det har gått flera månader utan en enda artikel om "De oberoende". Först efter intervjun med Svante Weyler förstod jag att det är guppens taktik, att inte vara för synlig. "De oberoende" har inga resurser för att konkurrera med de stora förlagsgrupperna på det planet. Deras styrkor är erfarenhet och debatt som de kan väcka tack vare press och genom att skriva kritiska artiklar om situationen på den svenska bokmarknaden. För att kunna göra det måste de vara mycket försiktiga när det gäller all information, idéer, etc. De kan inte vara för synliga heller för, enligt Weyler, kan det leda till olika politiska problem. Det händer ofta att journalisterna granskar omtalade organisationer (Malmsten 2002: 53). Därför doserar de nyheter om gruppen och bestämmer själva vad de vill att pressen ska publicera.

Att det finns skillnader i rapporteringen i *DN* och *Svensk bokhandel* beror på att information som publiceras i en dagstidning och branschtidning vänder sig till olika mottagare. *Svensk bokhandels* läsare är inblandade i branschen och därför väljer journalister att presentera så komplex bilden av gruppen som möjligt medan i *DN* är informationen om gruppen bara några av nyheterna på kultursidorna.

Att kommunikationen mellan press och gruppen fungerar så bra beror säkert på den medvetenhet om kommunikationsstrategier som både journalister och förläggare har. Skillnader i rapporteringen av gruppen i olika tidningar visar hur bra artiklarna är anpassade till målgruppen.

Litteratur

Andersson N., Elna & Katz, Marisa M., 2010 vol.4: We are Family- Global. I *Monocle*. S.109-111.

Andréasson, Peter, 2003: *Möte med massmedier*. Malmö: Liber.

Erikson, Peter, 2007: *Planerad kommunikation. Strategiskt ledningsstöd i företag och organisation*. Malmö: Liber.

Gripsrud, Jostein, 2008: *Mediekultur och mediesamhälle*. Göteborg: Daidalos.

Hellichius, Jarl, 1986: *Allhems förlagen presentation: bibliografi*. Stockholm: Atlantis.

Kjeldsen, Jens E., 2008: *Retorik idag. Introduktion till modern retorikteori*. Lund: Studentlitteratur.

Larsson, Mats, 2001: *Bonniers- en mediefamilj. Förlag, konglomerat och mediekoncern 1953–1990*. Stockholm: Bonnier.

Malmsten, Peter, 2002: *Mediebilden i verkligheten. Strategiskt publicitetsarbete för moderna organisationer*. Malmö: Liber.

När Albert Bonniers förlag firade sitt 100-årsjubileum. Stockholm: Bonnier.

Elektroniska källor

Djurberg, Sara: *De oberoende och KF vill samarbeta*. Svensk bokhandel. Hämtat från <http://www.svb.se/nyheter/de-oberoende-och-kf-vill-samarbeta> (10 09 30).

Europas starkast i förlagsvärlden. Svensk bokhandel. Hämtat från <http://www.svb.se/nyheter/europa-starkast-i-f%C3%B6rlagsv%C3%A4rlden> (11 05 28).

Independent Alliance. Faber & Faber. Hämtat från <http://www.faber.co.uk/about/independent-alliance/> (11 05 28).

Josefsson, Dan: *Målet: krossa småföretagen*. Aftonbladet. Hämtat från <http://www.aftonbladet.se/kultur/article8100226.ab> (11 11 10).

Linderborg, Åsa: *Bonniers monopol hotar mångfalden*. Aftonbladet. Hämtat från <http://www.aftonbladet.se/kultur/article8088872.ab> (11 05 28).

Ståhlberg, Carin: *De oberoende morskar upp sig*. Dagens nyheter. Hämtat från <http://www.dn.se/dnbok/dnbok-hem/de-oberoende-morskar-upp-sig> (10 09 25).

Ståhlberg, Carin: *Småförlag möter Nordstedts för samtal*. Dagens nyheter. Hämtat från <http://www.dn.se/dnbok/dnbok-hem/smaforlag-moter-norstedts-for-samtal> (10 09 29).

Sunnerholm, Anna: *Böksöndag – möt sexton författare från åtta oberoende förlag*. Svensk bokhandel. Hämtat från <http://www.svb.se/calender/boks%C3%B6ndag-m%C3%B6t-sexton-f%C3%B6rfattare-fr%C3%A5n-%C3%A5tta-oberoende-f%C3%B6rlag> (10 11 19).

Winkler, Lasse: *De oberoende har gjort sitt första avtryck*. Svensk bokhandel. Hämtat från <http://www.svb.se/ledare/de-oberoende-har-gjort-sitt-f%C3%B6rsta-avtryck> (10 09 22).

Winkler, Lasse: *En nödvändig kraftsamling*. Svensk bokhandel. Hämtat från <http://www.svb.se/ledare/en-n%C3%B6dv%C3%A4ndig-kraftsamling> (10 09 10).

Winkler, Lasse: *Förlag går ihop mot maktkoncentration*. Svensk bokhandel. Hämtat från <http://www.svb.se/nyheter/f%C3%B6rlag-g%C3%A5r-ihop-mot-maktkoncentrationen> (10 09 09).

Muntliga källor och mejlväxling

Wadensjö, Nina, 2011: mejlväxling.

Weyler, Svante, 2011: muntl. Intervju. (11 05 11).

Bilaga 1

Frågor till förläggare från Weylers och Alfabetas förlagen

1. När bildades gruppen De oberoende? Är det sant att ni började samarbetet redan ett år innan ni tillkännagav det på mässan Bok och Bibliotek 2010 i Göteborg?
2. Vilka förlag är med i gruppen? Varför just de?
3. Finns det flera förlag som är intresserade av att bli en del av gruppen? Tror ni att gruppen kommer att bli större i framtiden?
4. Hade ni den brittiska gruppen Independent Alliance som förebild? Vilka av deras värderingar är viktiga för De oberoende? På vilket sätt har ni utformat ert samarbete efter Independent Alliance?
5. Vill ni fortsätta utveckla gruppen på samma sätt som Independent Alliance gjorde?
6. Vad finns det för skillnader mellan De oberoende och en typisk förlagsgrupp?
7. Varför har ni bildat gruppen? Var det på grund av missnöje med Bonniers och Nordstedts dominans på den svenska marknaden? Om ja- varför har ni väntat ett år för att berätta om er existens?
8. Vill ni manifesteras någonting med ert samarbete?
9. Vad innebär ert samarbete?
10. Hur tror ni att ert samarbete kommer påverka situationen på den svenska marknaden? Är det ert syfte?
11. Vad skulle ni vilja förändra i bokbranschen?
12. Tror ni att ni er starkare som en grupp? På vilket sätt?
13. Känner ni er som en maktfaktor- som ni kallas i de flesta artiklar?
14. Har situationen för de inblandade bokförlagen förändrats sedan ni tillkännagav ert samarbete?
15. De oberoende organiserar olika evenemang. Vad är syftet med detta?
16. Tror ni att det faktum att tolv små svenska bokförlag har bildat en grupp har någon betydelse för en vanlig läsare?
17. Ni har redan pratat med Nordstedt och Akademibokhandeln? Tror ni att de samtalen kommer att leda till förändring av er position på marknaden? Om ja- på vilket sätt.
18. Ni har säkert olika åsikter om olika händelser i branschen och olika idéer. Händer det ibland att ni t.ex. organiserar något och bara några förlag från gruppen är med?
19. Träffas ni regelbundet eller bara när ni har något att diskutera?
20. Är det ni som tar kontakt med press eller brukar de kontakta er?
21. Tycker ni att gruppens mediebild är positiv?
22. Skulle ni vilja att det skrivs mer om De oberoende?
23. Har ni någon talesman? Om inte, hur blir det när ni ger intervjuer till press? Eller är det så att varje förlag uttalar sig som en av De oberoende?