

VASA UNIVERSITET
Humanistiska fakulteten
Institutionen för nordiska språk

Linda Åkerman

Rubriker och läsbarhet i medlemstidningen *Böckernas Klubb*

Avhandling pro gradu i modersmålet svenska

Vasa 2008

INNEHÅLL

TABELLER

SAMMANFATTNING

1 INLEDNING	7
1.1 Syfte	8
1.2 Material	10
1.3 Metod	11
2 RUBRIKER	13
2.1 Rubrikregler	13
2.1.1 Tidningssvenska och läsbarhet	13
2.1.2 Ordval i rubriker	15
2.1.3 Kritik mot rubrikspråket	19
2.2 Rubriktyper	19
2.3 Rubriksystem	24
3 LÄSBARHET	26
3.1 Meningslängd	26
3.2 Långa ord	28
3.3 Läsbarhet i texter	29
3.3.1 Läsbarhetsindex Lix	30
3.3.2 Vallhofs formel LOM	32
3.4 Kritik mot Lix och LOM	33
4 RUBRIKER I <i>BÖCKERNAS KLUBB</i>	35
4.1 Syntaktisk analys	36
4.1.1 Fullständiga satser	37
4.1.2 Satsfragment	38

4.2 Strukturell analys	39
4.2.1 Skiljetecken i rubriker	40
4.2.2 Rubrikernas form	45
4.3 Lexikalisk analys	48
4.3.1 Språk	48
4.3.2 Ordklasser	49
4.3.3 Egennamn	52
4.4 Rubrik- och ordlängd	55
4.5 Månadens bok	58
4.5.1 Rubriksyntax och rubriktyper i delmaterialet	58
4.5.2 Rubrik- och ordlängd i delmaterialet	61
4.5.3 Ordklasser i delmaterialet	62
5 LÄSBARHET I BOKPRESENTATIONERNA	64
5.1 Meningslängden i bokpresentationerna	64
5.2 Andelen långa ord	66
5.3 Lix	68
5.4 LOM	71
6 SAMMANFATTNING	73
LITTERATUR	77
BILAGOR	
Bilaga 1. Inledningssida (Månadens bok)	81
Bilaga 2. Artikelsida (Månadens bok)	82
Bilaga 3. Sida ur <i>Böckernas Klubb</i>	83
Bilaga 4. Matriser för rubrikregler och olika rubriker i tidningar och <i>Böckernas Klubb</i>	84

TABELLER

Tabell 1. Björnssons lix-tolkning.	31
Tabell 2. Antalet rubriker per kategori.	35
Tabell 3. Rubriksyntax i <i>Böckernas Klubb (BK)</i> .	36
Tabell 4. Rubriker med skiljetecken i <i>BK</i> .	40
Tabell 5. Andelen rubriker med skiljetecken av skiljeteckensrubrikerna i <i>BK</i> .	41
Tabell 6. Huvud- och tvåstegsrubriker i <i>BK</i> .	46
Tabell 7. Fördelningen av substantiv, verb och adjektiv i <i>BK</i> -rubrikerna.	49
Tabell 8. Egennamn i <i>BK</i> -rubrikerna.	53
Tabell 9. Personnamn, ortnamn och övriga egennamn i <i>BK</i> -rubrikerna.	53
Tabell 10. Ord och bokstäver i <i>BK</i> -rubrikerna.	56
Tabell 11. Det genomsnittliga antalet ord och bokstäver i <i>BK</i> -rubrikerna.	56
Tabell 12. Rubriksyntax i <i>Månadens bok (MB)</i> .	58
Tabell 13. Rubrikform i <i>MB</i> .	60
Tabell 14. Det genomsnittliga antalet ord samt bokstäver i <i>MB</i> -rubrikerna.	61
Tabell 15. Förekomsten av substantiv, verb och adjektiv i <i>MB</i> -rubrikerna.	62
Tabell 16. Antalet meningar, ord och den genomsnittliga meningslängden i presentationerna för <i>MB</i> och övriga presentationer.	65
Tabell 17. Antalet och andelen långa ord i presentationerna.	67
Tabell 18. Lix-värdet i presentationerna.	69
Tabell 19. LOM-värdet i presentationerna.	71

VASA UNIVERSITET**Humanistiska fakulteten****Institution:**

Institutionen för nordiska språk

Författare:

Linda Åkerman

Avhandling pro gradu:Rubriker och läsbarhet i medlemstidningen
*Böckernas Klubb***Examen:**

Filosofie magister

Ämne:

Modersmålet svenska

Årtal:

2008

Handledare:Nina Pilke

SAMMANFATTNING:

I denna avhandling behandlas 374 rubriker och 36 presentationer från medlemstidningen *Böckernas Klubb* som hör till bokklubben Böckernas Klubb.

Rubrikerna är indelade i tre olika litteraturkategorier: en skönlitterär kategori (S), en hobbykategori (H) och en blandad kategori (Ö). Rubrikerna jämförs med varandra, med tidigare undersökningar, och med en grupp längre rubriker i samband med presentationerna av Månadens bok, MB.

Undersökningen gäller ord och bokstäver i rubriker, substantiv, egennamn, verb och adjektiv, och hurdana rubriker det finns i tidningen. Jag ser på rubrikerna syntaktiskt, semantiskt och lexikaliskt. Svårighetsgraden på presentationerna undersöks genom att jag räknar meningar, långa ord och ord. Utgående från dessa räknas Björnssons (1968) lix-värde och Vallhofs (1970) LOM ut. De längre presentationerna jämförs med de kortare för att ta reda på om någondera är mer lättläst.

Undersökningen visar att av de undersökta ordklasserna är det substantiv som det finns flest av, följt av adjektiv och verb. Det finns fler egennamn i MB-rubrikerna än i de övriga rubrikerna. Av egennamnen finns det fler personnamn än ortnamn. De flesta personnamnen finns i kategori S och i MB. Syntaktiskt förekommer satsfragment oftast. Rubrikerna är av normallängd enligt Björnsson (1968). Det finns en skillnad mellan MB-rubrikerna och de övriga rubrikerna. De övriga har större variation på rubrikerna, MB-rubrikerna är längre och de har fler fullständiga satser än satsfragment. De kortare presentationerna är mer svårlästa än de längre då LOM och lix räknas ut.

Slutsatserna är att *Böckernas Klubb* har en del avvikande rubriker som kan tänkas locka läsaren. Rubrikerna är korta och säljande. Presentationerna är inte svårlästa med tanke på lix och LOM.

NYCKELORD: Rubrik, presentation, tidningspråk, *Böckernas Klubb*, läsbarhet, lix, LOM

1 INLEDNING

Det finns olika sorters bokklubbar och det man har gemensamt är att man vänder sig till folk som läser. Det andra som bokklubbarna har gemensamt är önskan att få folk att köpa böcker. Bokklubbar kan ha olika målgrupper och specialisera sig på olika sorters litteratur. För att kunderna skall veta vad man erbjuder ger de flesta bokklubbar ut en medlemstidning där kunderna får bekanta sig med olika böcker. Det finns mycket att undersöka i en medlemstidning och jag väljer att undersöka rubriker och presentationer därför att de är intressanta. En rolig eller intressant rubrik fångar min blick, och en välgjord presentation får mig att vilja läsa boken. Medlemstidningen från *Böckernas Klubb* väljer jag därför att det där finns böcker från olika områden som skönlitteratur, trädgårdsböcker och faktaböcker. Det finns många andra bokklubbar i Sverige, och exempel på sådana är Bonniers bokklubb, Barnens bokklubb, och Hem och Trädgård (Butiksdatabasen 2008). De två senare specialiserar sig på vissa genrer och grupper.

Jag är intresserad av litteratur, och rubriker är det som tillsammans med en omslagsbild fångar min uppmärksamhet. Detta är jag knappast ensam om. Det samma gäller då jag läser en recension, eller en bokpresentation, för även där är det rubriken som fångar mig först. Därför undersöker jag vad som är typiskt för rubrikerna i medlemstidningen *Böckernas Klubb*. Har t.ex. *Böckernas Klubb* många rubriker som slutar med ett frågetecken, eller har man långa rubriker där mycket information ryms? Om rubriken lockar till sig blicken är nästa steg att läsa vad som står om boken. En djupgående analys och kritik av böckerna är inte det bästa i detta sammanhang. I medlemstidningen satsar *Böckernas Klubb* på kortare notiser och presentationer av böckerna, och det är meningen att dessa skall locka till att köpa boken. Mitt antagande är att bokpresentationerna är lättlästa, men även mer skönlitterära då det trots allt handlar om litteratur, och då man ibland tar in något från själva böckerna. Skönlitteratur är en form som enligt Lix är mer lättläst än till exempel dagspress och veckopress (Platzack 1974: 12). Men det här betyder inte att alla aspekter i skönlitteratur är lätta att förstå.

För att reklam skall bli framgångsrik borde den följa *AIDA*. Det är en modell som har arbetats fram för att få ut det mesta av reklam. *AIDA* betyder att den måste dra blicken

till sig (A = *attention*), hålla kvar intresset (I = *interest*), att få köparen att vilja ha något (D = *desire*), och den måste få den som läser att idka rätt handling (A = *action*). (Brierley 1995: 152.) I *Böckernas Klubb* kan det innebära att rubriken lockar blicken till sig, och presentationerna som följer håller kvar intresset. I bokklubbers medlemstidningar borde rubriken spegla bokens, och textens innehåll om läsaren skall lockas till läsning, men främst till att köpa boken. När kunden läst igenom hela tidningen bör några av böckerna vara minnesvärda och få läsaren att vilja ha den boken, för att kunden sedan skall lockas till att köpa den, eller helst flera av böckerna.

En som har forskat i svenskspråkiga rubriker är Marianne Nordman (1995, 1998, 1999, 2000, 2001). Hennes forskning gäller olika slags rubriker och hur man förstår rubriker. Annan forskning i svenskspråkiga rubriker har gjorts av Åkermalm (1965), Conon (1973, 1976) och Westman (1974). Mari Toikkanen (2003) har skrivit en pro gradu-avhandling vid Vasa universitet om rubriker. På finskt håll har Vahtera (1996, 1999) och Niemikorpi (1994) undersökt tidningsrubriker på svenska, och på finska. Mårdh (1980) har undersökt engelskspråkiga rubriker, och rubrikerna är sådana som är viktiga för denna undersökning. Det vill säga rubriker som slutar med ett frågetecken, utropstecken eller andra tecken.

1.1 Syfte

Syftet med min undersökning är att studera rubriker och läsbarhet i medlemstidningen *Böckernas Klubb*, *BK*. Medlemstidningen hör till bokklubben *Böckernas Klubb* i Sverige. Det finns olika krav på hur en rubrik skall se ut (se Åkermalm 1965; Strömquist 1989; Tallmo 1992 och kapitel 2). I min studie ser jag på några av de här kraven då jag undersöker rubrikerna i materialet. Läsbarhet undersöker jag i bokpresentationerna i de olika numren av *BK*.

Jag undersöker vilka olika sorters rubriker som finns i *BK*, och jag jämför rubriker som representerar olika områden av litteratur. Jag ser om *BK*s rubriker är olika eller lika för böcker som representerar olika områden. Jag ser på vad för slags rubriker *BK* ofta

använder då syftet är att få medlemmarna att köpa böcker. Mitt antagande är att rubrikerna är ganska likadana i många aspekter, och detta på basis av tidigare resultat (Åkerman 2006). Rubrikerna bör till exempel vara korta för enligt *Svenska skrivregler* (2003: 15–16) bör en rubrik vara relativt kort. Det rör sig om reklam och man vill påverka folk, och antagandet är att rubriken har någon slagkraft. Detta kan komma i form av ett utropstecken eller ett känt citat. Men alla människor är olika, och vad som lockar en behöver inte locka en annan. Därför antar jag att man behöver flera olika sätt att locka medlemmar att köpa böcker.

I min kandidatavhandling (Åkerman 2006) undersökte jag rubriker i samma tidning, dvs. *Böckernas Klubb*. Jag undersökte färre rubriker. Nu studerar jag rubriker från ett helt kalenderår för att få en bättre bredd. I kandidatavhandlingen undersökte jag förutom olika sorters rubriker, längden på rubrikerna och förekomsten av substantiv och adjektiv. I frågan om egennamn undersökte jag endast personnamn. I kandidatavhandlingen antog jag att adjektiv skulle förekomma mest då adjektiv är beskrivande och ger stämning. Adjektiv förmedlar även känslor och bilder. (Brierley 1995: 179; Cassirer 2003: 63.) Dessutom använder reklamspråk många adjektiv för att på så sätt locka folk till sig, och ofta används två adjektiv i rad (Leech 1973: 31, 129). Men det är substantiv som förekommer rikligast av alla ordklasser i rubriker, följt av verb medan adjektiv har en låg frekvens (Åkermalm 1965: 24). I kandidatavhandlingen fanns det många namn på människor, saker och länder. Därför förekom det fler substantiv än adjektiv. Substantiven förklarar vad boken handlar om och behöver rubrikerna mer tas det in ett beskrivande adjektiv, eller ett förklarande verb. Därför antar jag att det finns mest substantiv även i denna undersökning. Antalet verb bör följaktligen följa substantiven, och minst bör det finnas av adjektiven.

Det finns många olika bokpresentationer i medlemstidningen, och vissa är längre medan andra bara är små notiser. I min studie jämför jag två slags presentationer. I början av varje tidning finns en presentation av Månadens bok och dessa presentationer jämför jag med kortare presentationer. Jag undersöker om det finns några skillnader i läsbarhet i de korta och de längre presentationerna. C.H. Björnsson publicerade 1968 en bok om läsbarhet och där tog han upp sitt läsbarhetsindex som förkortas lix. En annan forskare

är Birgit Vallhov som 1970 presenterade LOM. Detta efter att hon hade kritiserat Björnsson och sagt att hennes metod var enklare. Antagandet med denna del är att de kortare presentationerna är lättare att läsa och har lägre lix än de längre. Jag antar att de inte har för långa meningar som tröttar ut läsaren, och som då gör texten svårare. De längre presentationerna i mitt material är skrivna av litteraturkritiker, kulturjournalister och författare. I de längre presentationerna finns det mer plats att analysera, och detta skiljer sig från de kortare presentationerna som visar mer reklamdrag då man vill säga så mycket som möjligt på ett litet utrymme. Det handlar om presentationer i *BK*, och inte recensioner för det sägs inget kritiskt om böckerna då man vill sälja dem.

1.2 Material

Böckernas Klubbs medlemstidning *Böckernas Klubb* utgör mitt material. Jag studerar 12 nummer från år 2006. Jag exciperar alla rubriker i bokpresentationerna. Materialet består av sammanlagt 374 rubriker.

Presentationerna som jag undersöker är presentationerna för Månadens bok (MB), och de två första skönlitterära presentationerna som finns i tidningen. Alla MB-böcker är skönlitterära verk. Det finns undantag till valet av de två första presentationerna. Detta är om en av de två första är märkt med extrapris så väljer jag inte den presentationen för dessa kan vara tämligen långa och ibland presenteras de av litteraturkritiker. Sammanlagt undersöker jag 24 kortare och 12 MB-presentationer. Den längsta av MB-presentationerna har 1198 ord och den kortaste av dem har 610 ord. I de kortare presentationerna finns det inte plats för längre analyser och de handlar mest om innehållet i boken. De här presentationerna är skrivna av personer som arbetar vid *BK*. Den längsta presentationen i denna grupp har 248 ord och den kortaste har 91 ord. (Se avsnitt 5.1.)

Böckernas Klubb kallar sig själv för kvalitetsbokklubben, och man säger att man är mer än en vanlig bokklubb (Böckernas Klubb 2008). För att bli medlem i Böckernas Klubb behöver kunden köpa ett välkomspaket, och två andra böcker under de följande två

månaderna. Sedan behöver man köpa en bok per år för att få vara medlem. (BK 1/2006.) Medlemstidningen som är gratis får medlemmarna 12 gånger om året. Tidningen ger information om de senaste boknyheterna, och rekommenderar böcker inom alla genrer till sina medvetna och intresserade läsare. Medlemmarna får 15–40 % rabatt på böckerna och man får även trohets-, special-, och reapriser. Bokklubben erbjuder 450–500 nya böcker per år, och varje titel presenteras noggrant i medlemstidningen. Böckernas Klubb erbjuder allt från referensverk till böcker om livsåskådning. (Böckernas Klubb 2008.) Medlemstidningen har i varje tidning 4–6 sidor som heter ”Mer att välja bland.” De här böckerna saknar rubriker och är därför inte med i undersökningen. De är gamla böcker som har presenterats i tidigare nummer. Ett exempel på hur många de extra böckerna är finns på fyra sidor i nummer 3/06. På de fyra sidorna finns 54 böcker, och antalet böcker i hela medlemstidningen är 82. Antalet sidor i medlemstidningen varierar. Den kortaste tidningen i mitt material har 28 sidor och den längsta har 36 sidor, och medeltalet för de 12 tidningarna är 30,5 sidor.

Kundklubbar är ett sätt att knyta kunder till sig, och ofta ger klubbarna kunderna bonus- eller inköpskort. Detta ger företaget kundens namn och adress, och motivet är förstås att kunden skall återkomma. Till sin hjälp har man olika erbjudanden. En kundtidning är också ett sätt att få kunderna att känna sig uppmärksammade. Dessutom hjälper den till att stärka företagsprofilen. När man skriver reklam gäller det att skriva enkelt, och att inte använda sig av fackspråk. I reklam är det bra att använda sig av rubriker, bilder, bildtexter och annat för att bäst förmedla ett budskap. Lustiga rubriker kan få läsaren att minnas annonsen men inte avsändaren. (Gustafsson & Rennemark 2002: 41–42, 62, 81.)

1.3 Metod

I undersökningen använder jag mig av kvantitativ, kvalitativ och komparativ metod. I den kvantitativa analysen räknar jag hur många ord en rubrik har, hur många bokstäver det finns i en rubrik, och hur många substantiv, verb och adjektiv det finns i en rubrik. Jag räknar även hur många av substantiven som är egennamn.

Jag delar in böckerna i tre litteraturkategorier. Den första kategorin är skönlitteratur, och hit hör även biografier. Denna kategori har 119 rubriker, och den får bokstaven S (skönlitteratur). Den andra kategorin är en så kallad "hobbykategori" som består av kokböcker, trädgårdsböcker, böcker om stickning, böcker om hur man motionerar och dylika böcker. I denna kategori finns det 74 rubriker och den får bokstaven H (hobby). Den tredje kategorin består av böcker om historia, faktaböcker, citatböcker, och böcker om humor. Denna sista kategori är den största med 159 rubriker och kategorin får bokstaven Ö (övriga böcker). Efter varje exempel som jag använder i avhandlingen märker jag ut vilket nummer av medlemstidningen (1–12) som rubriken tillhör, och vilken litteraturkategori (S, H, Ö).

I den kvalitativa delen studerar jag olika rubriker för att se vilken typ av rubrik som Böckernas Klubb använder sig mest av i sin medlemstidning. Jag grupperar rubrikerna enligt syntax (t.ex. satsfragment), skiljetecken (t.ex. frågerubriker), form (t.ex. huvudrubrik + dårrad) och språk (t.ex. rubriker på engelska). Jag diskuterar resultaten, och ser om de följer de normativa rubrikreglerna (se kapitel 2).

I den komparativa analysen jämför jag de tre olika litteraturkategorierna med varandra, och sedan jämför jag resultaten med tidigare undersökningar för att se om resultaten är lika eller olika (främst Mårdh 1980; Nordman 1995, 1999; Vahtera 1996 och Toikkanen 2003). Sist jämför jag mina resultat (syntax, skiljetecken, form och språk) med MB-rubrikerna.

I den andra delen av den empiriska analysen undersöker jag bokpresentationerna. Jag undersöker dem kvantitativt då jag räknar ord, långa ord och antalet meningar. Komparativ metod använder jag då jag jämför läsbarheten i presentationerna. Läsbarhet analyserar jag med hjälp av C.H. Björnssons (1968) läsbarhetsindex *lix*. Jag jämför också med Birgit Vallhavs (1970) formel LOM. I exemplen får de korta presentationerna bokstaven P. De långa presentationerna får bokstäverna MB. Efter varje exempel som jag använder märker jag först ut vilket nummer av tidningen som presentationen finns i, sedan skriver jag ut P eller MB, och sedan vilken kategori som P eller MB tillhör (t.ex. 9 P S).

2 RUBRIKER

Ordet rubrik kommer från ett latinskt ord, *rubrica*, och betyder röd färg. I Romarriket hängdes gipstavor upp för att folk skulle få veta vad som hänt, och på tavlorna stod senatsbesluten. Överskrifterna på tavlorna var färgade röda. (Öijer 1981: 178.) Rubriker är inget nytt påhitt, men de har förändrats genom tiderna. Den första tidningsrubriken fanns med i en tidning publicerad i England den 2 september 1622. En definition på en rubrik i dagens läge är följande: ”A headline is set in a size and style of a type which is different from the following running text. It consists of one or more DECKS, which also differ typographically from one another.” (Mårdh 1980: 14.) Definitionen säger kort vad en rubrik är. Det är något som är annorlunda i stil eller i storlek än resten av texten.

2.1 Rubrikregler

Det finns olika regler om hur rubriker bör se ut (se avsnitt 2.1.1), men det är inte alltid som reglerna följs. Tidningar är olika och har olika målgrupper. Vad som är rätt regel för en tidning behöver inte vara rätt för alla. Nedan kommer vissa regler att tas upp, och jag kommer att ge exempel ur mitt material.

2.1.1 Tidningssvenska och läsbarhet

Med tidningssvenska menas en mångfald av olika stiltyper som finns i olika sorters tidningar. Två stycken huvudarter är veckotidningsstil och dagspresstil. Inom dagspresstilen finns olika former som ledare, reportage, sport och notiser, och dessa skiljer sig åt. (Cassirer 1972: 100.) Veckotidningsstil använder starka och beskrivande adjektiv, och har ofta en personlig stil i sina artiklar. Dagstidningars kultursidor använder sig av främmande och svåra ord, och meningsbyggnaden är även den komplicerad. Notiser och nyheter tenderar att använda neutrala ord. Rubriker inom dagstidningarna är uppbyggda av starka ord, och präglas av platsbrist och nya sammansättningar. (Cassirer 2003: 96–97.)

Då man tar upp en tidning är rubrikerna något bland det första som man får syn på, och därför är det i rubriken som tidningen visar sitt ansikte. En rubrik har som uppgift att väcka läsarens intresse, och att kittla läsarens nyfikenhet på det som ligger framför honom. Läsare ägnar 30 minuter åt att läsa en morgontidning, en dagstidning får 20–30 minuter och genomsnittet för en kvällstidning ligger runt 20 minuter. Äldre människor ägnar mer tid åt att läsa en tidning än vad yngre gör. Texterna i till exempel dagstidningar konkurrerar därför sinsemellan om läsarens blick. Rubrikerna blir hjälpmedel för att fånga in läsaren. (Öijer 1981: 16–17; Hadenius & Weibull 2003: 405–407.) Ibland händer det att endast rubrikerna skimras igenom och på så sätt får läsaren sig en uppfattning om de olika artiklarna som finns. På ett sätt har rubriken redan redogjort för det som står i artikeln och det finns en orsak till varför läsaren är nöjd med bara detta. Om rubriken är mycket intressant och lockande för fortsatt läsning kan det hända att även artikeln läses. Men detta betyder förstås inte att inte också artiklar med ointressanta rubriker läses.

Rubriken bör tala om, eller åtminstone antyda, vad texten kommer att ta upp (Strömquist 1989: 126). Rubriken bör peka på det viktigaste i artikeln och inte behandla sådant som inte är relevant för artikeln. En rubrik bör ha täckning i texten, och det betyder att rubriken inte får säga något som kan göra att artikeln misstolkas. Den bör sammanfatta innehållet, men detta är något av ett idealfall då rubriken då kan bli alltför tråkig och allmän. (Andersson-Ek, Andréasson & Edwardson 1999: 47.) Rubriken fungerar som en sorts etikett för hela texten. Om etiketten, det vill säga rubriken, tas bort måste läsaren själv undersöka texten, och det skulle ta alltför lång tid. (Liljestränd & Arwidson 1989: 31; Strömquist 1989: 127.) En av tidningsrubrikernas viktigaste uppgifter är att svara på en eller flera av frågorna vad, vem, när, var och varför (Conon 1976: 36). Rubrikerna bör slutligen utformas på ett sådant sätt att de är lätta att läsa (Åkermalm 1965: 15).

Många av reglerna är sådana som *BK* inte tycks använda sig av. Rubrikerna är inte alltid till för att peka på det viktigaste eller ens sammanfatta vad presentationen handlar om. Inte tar de heller alltid upp vad som står i texten utan *BK* kan även här gå runt den regeln. Det finns regler för tidningsspråk men *BK* går ibland sina egna vägar för

medlemstidningen är en blandning av reklam och tidningsspråk. Då kan man inte följa alla regler då det viktiga är att få läsarna att köpa många böcker, och inte att hålla god rubrikstil.

En rubrik är till för att synas och på grund av detta är de större än resten av orden i artikeln. En rubriks utseende och storlek beror på nyhetsvärde, typsnitt, grad, stil och hur många spalter som det finns i artikeln. (Andersson-Ek m.fl. 1999: 49–50.) Enligt *Svenska skrivregler* (2003: 15) bör skribenten inte använda mer än tre nivåer i en rubrik.

Läsbarhet i rubriker underlättas om läsaren är bekant med ämnet som presenteras. Bekantskap ökar intresset och gör att läsaren lättare förstår det som står där. Den visuella effekten av rubriken spelar även in. En kort rubrik är lättast att förstå för den läses fort, men den borde vara lång nog för att få in intressanta fakta på ett förståeligt sätt. Ordlängd, ordmängd, meningslängd och hurdana meningar som finns i rubriken inverkar även det på läsbarheten. (Mårdh 1980: 87.)

2.1.2 Ordval i rubriker

Det är bättre om verbs huvudformer i rubriker är i aktiv form än i passiv form. Det ger livlighet åt rubriken, och presens gör rubriken aktuell. Tidningar rapporterar vanligen om något som hände föregående dag och därför behövs det inte något *igår* i rubriken. För tidningar som utkommer senare på dagen behövs det inte heller här något *igår* eller *idag*, för läsaren förstår det utan att det behövs i rubriken. Det får inte förekomma negationer i rubriken för en läsare behöver inte veta vad som inte har hänt någonstans. (Conon 1973: 155–157; Öijer 1981: 39.) *BK* varierar tempus i sina rubriker. Nedan följer exempel:

- (1) När katten blev tam (5 Ö)
- (2) Conan Doyle blir Sherlock Holmes (11 S)

Exempel 1 är en bok om kattens historia och för böcker om historia passar dåtid då böckerna tar upp något som hänt för länge sedan. I medlemstidningens rubriker kan

läsarna mycket väl vilja veta vad som hänt förut. Det kan till exempel gälla en annan bok av samma författare eller samma serie böcker. Det samma gäller historiska händelser. Exempel 2 är en påhittad berättelse om en verklig person, Conan Doyle. Även om denna bok utspelas för 100 år sedan så utspelas den ändå samtidigt som vi läser den då det är skönlitteratur.

Exempel på ord som bör undvikas i rubriker är *men* och *och*, som är konjunktioner. Ibland dyker konjunktioner upp och då på grund av att en rad behöver fyllas ut. Även subjunktioner är ovanliga i rubriker. Formord är annat som gärna utelämnas och exempel här är obestämd artikel *en*, *ett*, bestämd fristående artikel *den*, *det* och infinitivmärket *att*. Hjälpverb, främst *bli* och *vara*, är inte heller nödvändiga i rubriker. Pronomen används inte ofta, och då de förekommer är det oftast i en tabloid. Även om läsaren märker att det saknas något är läsaren van och förståelsen påverkas inte av det. (Åkermalm 1965: 24 f; Carlson 1971: 90; Conon 1973: 158.) Conon (1973: 144) konstaterar att saknandet av formord och infinitivmärke är rubrikstilens viktigaste kännetecken. Slutligen skriver Strömquist (1989: 128) att småord överhuvudtaget är något man bör vara försiktig med i rubriker. Hon säger även att krav på fullständiga meningar kan glömmas bort då det kommer till rubriker. För en närmare blick över hur till exempel konjunktioner, hjälpverb och vidare exempel inte finns eller finns i tidningar och *BK* se bilaga 4.

En rubrik bör inte använda "laddade" ord, och med detta menas ord som är alltför starka. Exempel på sådana ord är *uppror*, *kris* och *hot*. Laddade ord som används för ofta minskar i styrka och blir till klichéer. När de väl behöver användas är de inte mycket värda och ger inte samma styrka till den aktuella händelsen. Laddade ord skapar dessutom en känsla av dramatik som inte alltid stämmer med det som behandlas i artikeln. Lustigheter är något annat som bör undvikas i rubriker. (Öijer 1981: 52; Andersson-Ek m.fl. 1999: 46–48.) Här håller inte Åkermalm (1965: 9–10) med för han tycker att vitsar, ordlekar och annat lustigt kan användas i rubriker, men det gäller att veta när det är passande och när det inte är passande för lustigheter. I tidningar som *BK* är lustigheter något att föredra. Här behöver det inte finnas allvar, och laddade ord kan ge spänning till rubriken. (Se bilaga 4.)

Åkermalm (1965: 24) skriver att allt som är onödigt i rubriken bör tas bort, och detta för att inte läsarens syn skall skymmas av sådant som är oväsentligt. Conon (1973: 248–249; 1976: 34) säger att det går bra att använda korta ord och initialord i rubriker. Men om journalister använder sig av dessa bör de vara säkra på att läsaren kommer att förstå dem. Bara de ord som är allmänna kan användas för annars blir läsaren förvirrad. Han säger att initialorden har ökat sedan 1910, och att tidningsspråket och rubrikerna är initialordens hemvist. De har nackdelar; svåra att förstå, och fördelar; de är korta. Ett bra exempel på ett initialord är USA, och detta må ha varit nytt en gång i tiden men nu borde de flesta i den kända världen känna till det. Dahlstedt (1970: 18–21) nämner hur initialord var likt en farsot på 1960-talet. Han säger att somliga av nyorden kan ha myntats av journalister, men att de flesta nyorden har fått sitt upphov i vardagsspråket. Från vardagsspråket har orden tagit sig in i rubriker och artiklar. Regler för initialord och förkortningar är något som *BK* använder sig av. *BK* vill få ut det mesta av sina rubriker och då är det inte bra om läsarna tvekar. *BK* använder 1 initialord i en rubrik, och detta ord är USA. Inga förkortningar förekommer i rubrikerna i *BK*. (Se bilaga 4.)

Vissa talar om rubriksvenskan som en egen stilart, och vissa ord som skapats i tidningsspråket stannar kvar en tid (Dahlstedt 1970: 18; Carlson 1971: 89). *Expressen* skapade ordet *extraknäck* på 1950-talet, och andra ord som de har hittat på är *doldis* och *hurtbulle*. Ett annat ord som har skapats av pressen är *hungerstrejka* och det användes för första gången 1913, och det var en direkt översättning från engelska. (Öijer 1981: 49.) Sammansättningar, nya ord och förkortningar kan ta sig ner till artikeln från rubriken och sprida sig till allmänspråket. Problemet med sammansättningar är att de kan ha två olika betydelser, och på så sätt missförstås rubriken. Ett exempel är *polismisshandel*. Detta ord har använts både om en polis som har misshandlat en misstänkt person, och om en polis som själv blivit misshandlad av någon. Substantivsammansättningar har en släkting, verb som har ett substantiv som förled. Massmedia skapar vanligen själva inte nya ord, men man hjälper till att göra dessa nya ord populära. På så sätt kommer de ut i språket och folk börjar använda orden. (Åkermalm 1965: 35; Öijer 1981: 48.) Andersson-Ek m.fl. (1999: 54) tycker att nya ord kan användas. Endast för att rubrikerna har fel i sig betyder inte detta att det förs över till allmänspråket och man börjar utelämna ord, eller använda sig av underliga

sammansättningar då man skriver olika slags texter. Sammansättningar är något som *BK* ofta använder sig av, och ett exempel på detta är exempel 4.

Egennamn är något som används i tidningstexter (se avsnitt 4.3.3). I tidningstexter som behandlar en nyutkommen bok är vart tionde substantiv ett egennamn. Valet att använda egennamn gör rubriken mer konkret. (Westman 1974: 74.) Ett egennamn lockar en läsare som ser att det t.ex. är namnet på favoritförfattaren. Även om det är namnet på en författare som läsaren inte känner till blir det mer verkligt och lockande. Tidningar kan använda sig av egennamn och ha samma syfte. Om man öppnar en tidning och ser en stor rubrik om en känd person lockar kanske detta till läsning. Folk vill veta mer. Då det gäller ortnamn kan dessa locka de som bor på orten att köpa tidningen. Vid stora händelser som skett utomlands används alltid orten eller landet för att placera händelsen. (Conon 1973: 156; Conon 1976: 36.)

Öijer (1981: 50) påpekar att det är ett journalistiskt grepp att använda sig av förnamn i rubriker. Dessa enskilda personnamn, som är okända för läsaren, symboliserar något större som till exempel en yrkesgrupp. Ett förnamn ger närhet och allmängiltighet till rubriken. Men Andersson-Ek m.fl. (1999: 48) säger att personnamn är något som bör undvikas. Vissa namn som *Halongen* är kända och därför känner läsarna i Finland till hennes efternamn, men andra namn kan få läsaren att undra och bör därför inte användas. Conon (1976: 42) säger att personnamn självklart väcker intresse, men att när journalister använder okända personnamn kan namnen tolkas som både charmigt och nedlåtande av läsarna. Istället för att sätta ut ett förnamn kan utrymmet användas till något mer väsentligt. Men Conon nämner att journalister kan använda sig av förnamn då de skriver om kända personer. Åkermalm (1965: 33) säger slutligen att en form av egennamn som är vanliga i rubriker är personnamn med ett substantiv i sig, och ett exempel som han använder är *Erlanderbesked*. Något som läsarna säkerligen kände till betydelsen för på 1960-talet, men som många nu inte vet vad det betyder. Detta visar på problemet med att använda sig av personnamn på olika sätt i rubriker.

Räkneord hittas ofta i rubriker. För en läsare är det lättare att se talet i siffror än att läsa ut det i bokstäver. Tal skrivs oftast med bokstäver i det sammanhang där just siffrorna

är det viktiga. Vid behov kan de skrivas med bokstäver för att passa in på en rad. (Conon 1976: 34; *Svenska skrivregler* 2003: 122.) Räkneord används för att göra en rubrik mer intressant och spännande. En 2-årig pojke som försvunnit är mer spännande än en pojke som försvunnit. Men en 35-årig man som försvunnit har inte samma spänningsfaktor och där kan räkneordet lämnas bort. (Carlson 1971: 92.) *BK* har 11 räkneord i sina rubriker. Ett exempel på en sådan rubrik finns i exempel 13.

2.1.3 Kritik mot rubrikspråket

Conon (1973: 136) säger att mycket kritik har riktats mot rubrikspråket. Detta intresse kommer från det att rubrikspråket anses ha en stor betydelse för språkutvecklingen. Det finns många rubriker i en tidning och någon som bara läser rubrikerna påverkas av rubrikspråket. En genomsnittlig läsare läser fler rubriker än artiklar och detta skulle kunna ha en negativ utveckling för språket i framtiden. Åkermalm (1965: 10–11) nämner att en dagstidning, och detta på 1960-talet, har lika många ord i sig som en hel romantrilogi. Om en person läser någon enstaka artikel och många rubriker blir det många språkliga misstag som läsaren ser. Men trots detta krävs det en hel del påverkan för att läsaren skall ändra sitt språkbruk. Conon (1973: 136) påpekar att det finns språkliga fel även i kansli- och affärssvenskan. Nordman (1999: 218) skriver slutligen att rubrikspråket är i ständig förändring och att det säkerligen kommer att fortgå även i framtiden.

2.2 Rubriktyper

Tidningar använder sig av olika slags rubriker. Allt beror på vad som ryms med eller vad som kan väcka mest intresse hos läsaren. Nordman (2001: 232) skriver hur tidningen *Forum för ekonomi och teknik* vill ha en slagkraftig rubrik, men att tidningen helst önskar att rubriken berättar vad själva texten handlar om. Hos dagstidningar kan en journalist lämna in sin artikel med en rubrik som han tycker passar, men det är slutligen redigeraren som väljer rubrik (Larsson 1992: 161). Detta har en inverkan på hur rubrikerna ser ut i tidningen. Dock verkar man ha lite mer utrymme för lek med

rubriker i *BK*. Även stilistiskt är rubrikerna olika då vissa har mindre teckenstorlek i en och samma rubrik. De har olika färger, och de delas upp i mindre led. Det är intressant att tidningar inte använder sig av samma sorts rubriker hela tiden utan att man varierar dem. Här nedan skall några olika typer av rubriker som journalister använder sig av presenteras lite närmare. För en överblick av alla rubriker och hur de används i tidningar och i *BK* se bilaga 4.

Fullständiga satser består av ett subjekt och ett predikat (S + V). De rubriker som saknar predikatet eller subjektet är så kallade fragment. Fragmentsatser blir fullständiga satser om ett predikat eller ett subjekt sätts in i satsen. Tills detta händer är de ofullständiga satser. (Vahtera 1996: 44; 1999: 364–365.) Liljestrand och Arwidson (1989: 78) kallar ofullständiga satser för satsfragment. Fullständiga satser är enligt Niemikorpi (1994: 96) vanliga i stora tidningar medan mindre tidningar föredrar fragment. Nuförtiden består hälften av alla rubriker av fragment, och oftast är det verbet som saknas i rubriken. Conon (1973: 217) säger att då verb utelämnas är det oftast på grund av att det inte finns plats för dem i rubriken. Ett exempel på en fullständig sats och ett satsfragment från *BK* är:

- (3) De förnekade sina handlingar (2 Ö)
- (4) Vävklassiker (5 H)

Exempel 3 är en fullständig sats bestående av ett subjekt, ett predikat och ett objekt. Exempel 4 är ett bra exempel på hur rubrikerna ser ut i *BK*, och det är då ett satsfragment. Om man grammatiskt ser på den är det en dålig sats då den saknar viktiga delar. Men bara för att den gör det betyder det inte att man förstår den sämre än exempel 3. Läsaren ser att den handlar om vävning och att det är en klassiker om vävning. Redan på detta sätt säger den mer än exempel 3. För då exempel 3 läses förstår läsaren den grammatiskt, men frågan uppstår då läsaren undrar vem förnekade sina handlingar? Exempel 3 aktiverar läsaren medan exempel 4 exakt säger vad presentationen och boken handlar om. (Se avsnitt 4.1.)

Strömquist (1989: 128) säger att den som skriver rubriker kan använda sig av utropstecken för att väcka intresse. Tallmo (1992: 21) tycker att utropstecken är något som tillsammans med parenteser och frågetecken bör undvikas i rubriker. I Nordmans (1995: 182) material finns det inga rubriker i de vetenskapliga artiklarna som slutar med ett utropstecken. Men i de populärvetenskapliga artiklarna är 3,8 % av rubrikerna i form av utrop. Tillsammans med frågerubriker torde detta vara rubriker som står ut i och med att de har ett frågetecken eller ett utropstecken efter sig. Ett exempel från *BK* är:

(5) Helt enkelt lysande! (11 S)

Rubriken i exempel 5 säger inte mycket om själva boken, men den har ett utropstecken och det tycks säga något mer än själva rubriken. Det är ett sätt att locka läsaren att ta en närmare titt.

I Nordmans (2000: 203) analys betraktas rubriker som avslutas med ett frågetecken som frågande. De rubriker som är frågande men som inte har ett frågetecken efter sig tillhör inte denna kategori. Tidningspressen är den form som oftast använder sig av rubriker som frågor. I vetenskapliga avhandlingar är frågeformade rubriker inte lika vanliga, medan 25,4 % av de populärvetenskapliga rubrikerna är frågerubriker i Nordmans material. Dikter och noveller brukar inte ofta ha frågande titlar. (Nordman 1995: 182–183; Nordman 2000: 203.) Enligt Larsson (1992: 162–163) säger frågerubriker ingenting och bör inte användas. Andersson-Ek m.fl. (1999: 48) skriver att en tidning inte bör ställa en fråga till läsarna, istället bör de förmedla svar på frågor. Frågetecknet kan uppstå på grund av osäkerhet i själva artikeln. Öijer (1981: 37) skriver att journalisten smiter från sitt ansvar då han använder en frågerubrik. Men likväl stöter den vanliga läsaren på frågerubriker när hon eller han läser olika tidningar. Frågetecknet kan locka till sig blicken, och rubrikerna kan bli mer intressanta. Andersson-Ek m.fl. (1999: 48) säger att det trots allt finns tillfällen då frågerubriker kan användas, men helst bör de då vara kopplade till en bild. Frågetecknet kan komma att skapa kontakt med läsaren. Nordman (2000: 204) skriver i sin undersökning hur journalister tycker att frågande rubriker inte bör användas, medan stilistisk litteratur inte har något emot rubriker som frågor. Ett exempel på en frågerubrik från *BK* är:

(6) Vill du också stödja Världens Barn? (12 S)

Rubriken i exempel 6 frågar läsaren om denna vill köpa en bok vars intäkter går till att stödja Radiohjälpens insamling för barn i världen. Denna rubrik vädjar till läsarens känslor, och om läsaren köper boken hjälper hon eller han barn i världen. Istället för att köpa en bok för ens egen njutning så innebär köpet något större. Strömquist (2005: 22) säger att ett väl använt knep att skriva rubriker på är att använda sig av en frågerubrik då detta fångar läsarens blick. Läsaren blir tillfrågad något och tänker sedan kanske ut ett svar.

Citat är ett sätt att ordagrant återge något som skrivits eller sagts, och inget får ändras i ett citat (*Svenska skrivregler* 2003: 29–33). Då skribenten använder sig av citat i en rubrik bör detta citat vara så troget den ursprungliga källan som möjligt. I en rubrik bör det inte vara oklart om vem det är som säger vad, för om detta blir fel leder det in läsaren på fel spår. Ett påstående som saknar citattecken förutsätter att det är skribenten eller tidningen som står för det som sägs i artikeln. Åsikter som dessa finns oftast i ledare och kulturartiklar, eller i personliga krönikor. (Tallmo 1992: 20; Andersson-Ek m.fl. 1999: 48.) Ett exempel här från *BK* är:

(7) ”Det finns ett ljus, solens ljus” (8 S)

Exempel 7 är ett citat som finns i en mening vid sidan om själva presentationen. Det är en hopträngd mening på åtta rader som lyser i rött. I princip finns det två presentationer intill varandra. Denna hopträngda mening är hämtad ur *Svenska Dagbladet*, och är skriven av Carl-Johan Malmberg i en recension där. Presentationen hjälper till att sälja boken då någon annan än de som arbetar vid *BK* har skrivit väl om boken. Dock om läsaren inte läser det som står vid sidan om kan denna tro att rubriken och citatet är hämtad ur själva boken, eller ur *BK*s presentation.

Rubriker som slutar med tre punkter är inget som t.ex. Nordman har undersökt men de finns i mitt material. *Svenska skrivregler* (2003: 141–142) förklarar att tre punkter används för att markera att meningen eller ett ord inte har avslutats. De tre punkterna

kan markera en paus eller ett avbrott, och det är upp till läsaren att tänka ut vad som kommer efter de tre punkterna. Tre punkter efter en mening, eller ett ord, bör användas med försiktighet. Det bör finnas ett mellanrum mellan det sista ordet och den första punkten. Undantaget är om det sista ordet är avbrutet. Exempel på rubrik med tre punkter är:

(8) Första, andra, tredje ... (9 Ö)

Denna rubrik som utgör exempel 8 lämnar något åt läsaren att tänka ut själv. I detta fall är rubriken ett känt aktionsutrop och skribenten har lämnat ut ”sålt” efter tredje. Boken under denna rubrik handlar om aktioner och det är ett finurligt sätt att använda uttrycket som rubrik. I detta fall vet läsaren vad som kommer efteråt, men det behöver inte vara fallet för varje rubrik. Exempel 5 till 8 hör till rubriktyper som tas upp i avsnitt 4.2 och 4.2.1.

I mitt material finns rubriker som är på ett annat språk än svenska. Ett exempel på en sådan från *BK* är:

(9) Made in Sweden (6 Ö)

I exempel 9 finns en rubrik som är på ett annat språk än svenska och i detta fall är det engelska. Presentationen som rubriken hör till handlar om svensk formgivning, och därav rubriken. Själva boken är på svenska. Då rubriker är på andra språk är det oftast något som läsaren förstår eller känner till. Det kan vara ett känt uttryck, som i exemplet ovan, ett känt citat eller något annat som har att göra med boken som recenseras. Bara för att *BK* använder rubriker på andra språk betyder det inte att rubrikerna hör till böcker som är på andra språk. (Se avsnitt 4.3.1.)

2.3 Rubriksystem

En artikel har oftast en huvudrubrik, men de kan även ha underrubriker eller dårrader. En underrubrik är som det låter en rubrik under huvudrubriken, och underrubriken kallas även för nedtryckare. Huvudrubriken läses först och sedan går blicken ner till den mindre och på så sätt kan rubriken bli mer intressant. En huvudrubrik kan vid behov ha mer än en underrubrik. Dårraden är en rubrik som finns ovanför huvudrubriken. Den är till för att ge en inledning till rubriken, men om läsaren missar den och går direkt till huvudrubriken blir rubriken obegriplig. Det är brukligt att dårraden endast är hälften så stor som huvudrubriken. (Andersson-Ek m.fl. 1999: 50–51, 217, 223.) För några tiotal år sedan kunde en rubrik bestå av många rader, och ibland till och med upp till 10 rader, men nu är det vanligast med 2–3 rader och inte fler än så (Larsson 1992: 165).

Det finns även tvåstegsrubriker. Denna form tycks vara en variant av den vanliga huvud- och underrubriken. Tvåstegsrubriker kan skiljas åt genom punkt, semikolon, eller kommatecken. Dessa tvåstegsrubriker skiljs även åt genom titel och undertitel. Tvåstegsrubriker ger först läsaren detaljerad information och sedan följer mer generell upplysning. (Liljestrand & Arwidson 1989: 33; Nordman 1995: 182.) Exempel på en huvudrubrik med underrubrik (ex. 10), en vanlig huvudrubrik (ex. 11), och en huvudrubrik med dårrad (ex. 12) från *BK* är följande:

- (10) Oavbrutet fängslande
Sexton rosade essäer av Sven Lindqvist (3 S)
- (11) Snabbtips och träningsförslag (4 H)
- (12) Nominerad till Orange- och Bookerpriset 2005
”Rolig, ömsint och fyllt av längtan” (5 S)

Exempel 10 består av en huvudrubrik och en underrubrik. Huvudrubriken är skriven med större teckenstorlek än underrubriken. Exempel 11 är en huvudrubrik och är det är den vanligaste sorten av rubriker inom *BK* (se avsnitt 4.2.2). Det är en enkel rubrik som inte tar upp mycket plats, om den nu inte är väldigt lång. Exempel 12 är en huvudrubrik med en dårrad. Dårraden som är ovanför är skriven med ett mindre typsnitt och den är dessutom rödfärgad, medan huvudrubriken är svart. Det är ett sätt att skilja på de två rubrikerna och det gör att de syns bättre.

I materialet finns det rubriker som inte kan grupperas som en enda sorts rubrik. De är först och främst tvåstegsrubriker. Jag kallar rubrikerna för två rubriker i en, och ett exempel på en sådan rubrik från *BK* är:

(13) **Riddarfjärilar, tjockhuvuden, blåvingar och tåtelsmygare ...**
Första svenska fjärilshandboken på 50 år! (5 Ö)

Huvudrubriken i exempel 13 slutar med tre punkter, och den andra rubriken är en utropsrubrik. Varför de används får bli ett antagande om att de står ut mer på det här viset. Den skriker ut att det är den första svenska fjärilsboken som getts ut på 50 år. Nya fjärilssorter borde ha kommit till och det är verkligen en bok som behövs i varje bokhylla. Dessutom ger denna rubrik mer information än en kortare rubrik. Den räknar upp fjärilssorter och har sedan ännu plats för att sälja boken. (Se avsnitt 4.2.2.)

3 LÄSBARHET

Forskare har länge vetat att språket inverkar på hur lätt eller svår en text är att läsa. Under 1800-talet började forskare undersöka sambandet som finns mellan språk och läsning mer konsekvent. Forskningen har främst bedrivits i USA, och det var pedagoger som först intresserade sig för ämnet. Syftet var att få fram hjälpmedel för skolan, men även utanför skolvärlden fanns det intresse då man insåg att forskningen kunde användas till annat. En mängd olika formler för läsbarhet har tagits fram. De flesta formler är amerikanska men på svenskt håll har Björnsson (1968) utarbetat en formel, *lix*, som står för läsbarhetsindex. (Platzack 1974: 10–11; Gunnarson 1982: 76–77.) Björnsson (1968: 13) skriver att läsbarhet är ”summan av sådana språkliga egenskaper hos en text, vilka gör den mer eller mindre svårtillgänglig för läsaren.” Termen *läsbarhet* står för språkliga egenskaper hos en text, men läsbarhet kan innebära mer än så. *Läsbarhet* används också för typografiska, innehållsliga och språkliga aspekter i texter (Platzack 1974: 9).

Björnsson (1968: 13–19) skriver att läsbarhet och läsförmåga inte bör förväxlas då de är två helt skilda faktorer. Läsförmåga har att göra med läsaren och läsbarhet med texten. Samtidigt hör de ihop då läsbarhet blir en funktion av läsarens läsförmåga. Det är även en skillnad på läslighet och läsvärde. Det förstnämnda har att göra med yttre faktorer, som till exempel radavstånd medan läsvärde har att göra med de inre egenskaperna i en text. Björnsson säger att läsbarhet är en fix egenskap hos en text, men samtidigt är ordet relativt då läsbarhet beror på läsaren. Ordet läsbarhet kunde bytas ut mot svårighetsgrad eller lättillgänglighet. Läsbar innebär inte att texten är svår för alla. Texten kan vara anpassad för vissa områden, och det som är lätt för en person kan vara svårt att förstå för någon annan. (Ibid. 13–19.)

3.1 Meningslängd

En mening är en textmängd som finns mellan en stor begynnelsebokstav och ett så kallat stort skiljetecken, så som punkt eller utropstecken. Meningar är inte alla likadana,

då vissa meningar består av många ord, medan andra innehåller ett ord som t.ex. ”Nej!”. En mening kan bestå av hundratals ord, men detta handlar om mycket extrema fall. En mening kan bestå av en sats, en satsfogning, ett enda ord eller en fras. En mening behöver inte ha någon särskild grammatisk form, men det behöver satsen. En fullständig sats behöver ett predikat och ett subjekt, och en sats behöver därför åtminstone två ord för att bli en fullständig sats. Vanligtvis är satser strukturerade av flera satsdelar och innehåller många ord. (Thorell 1973: 276; Liljestränd & Arwidson 1989: 78.)

Björnsson (1968: 38–39) skriver att meningslängden inverkar på textens läsbarhet. I allmänhet är kortare meningar mer lättlästa än längre meningar, men det finns korta meningar som skulle bli lättare att läsa om de gjordes längre. Nedan tar jag upp två exempel från *BK*. Det första exemplet (14) är en mening tagen ur en MB-presentation, och det andra exemplet (15) är en mening ur en presentation från de övriga i tidningen.

- (14) Läs. Lär dig. Information är kontroll. (10 MB S)
- (15) Under hundratals år har broschén och dess stenar vandrat mellan sina ägare, smugglare, köpmän och tjuvar och Katherines försök att spåra smycket för henne till ljusskugga diamanthandlarkretsar i Turkiet, till gömda arkiv och gamla guldsmeder i London – och till Japan, där hon kommer till insikt om vilken makt dessa gamla stenar har... (6 P S)

De tre korta meningarna i exempel 14 ger ett hackigt intryck. Meningarna kunde bli lättare om de gjordes längre för då skulle texten flyta bättre. Men oftast är de kortare lättare att läsa medan läsaren i längre meningar tappar bort sig själv och måste gå tillbaka i texten nu som då. Exempel 15 är en mening som tar upp ¼ av presentationen. Denna mening kunde ha blivit lättare om man gjort om den till två skilda meningar. Omväxling är regeln för meningar. En text med enbart korta meningar är inget att sträva efter, men en text med enbart långa meningar är inte heller något som bör konstrueras. En bra och lättläst text växlar mellan långa och korta meningar. (Björnsson 1968: 206–209.)

Nordman (1992: 33) säger att meningsstrukturen är viktigare för läsbarheten än längden på meningen. Men Platzack (1974: 111) påpekar att längre meningar tenderar att bli mer komplicerat uppbyggda, och därför är längden ett bra mått på läsbarhet. Men det finns

undantag, och långa meningar kan vara okomplicerade om de innehåller samordnade huvudsatser och har ett konkret innehåll. Men en mening är en enhet och den blir svår att hålla samman om den blir för lång. Ett symptom på en svår text är därför långa meningar. Långa meningar finner man vanligen i den offentliga svenskan, men de finns också i tidningssvenskan. (Liljestrand & Arwidson 1989: 81–82.) Vanligen har nyhetsartiklar i dagens läge en meningslängd på 13 ord, men *Expressen* hade på 1960-talet en regel att meningarna högst fick vara 10 ord långa för att bli lättare att läsa. Senare har folk insett att även annat än längden inverkar på förståelsen. (Hellspong & Ledin 1997: 75; Cassirer 2003: 66.)

Korta meningar bör undvikas lika mycket som de långa. Undersökningar visar att om meningar har 10 ord blir texten alltför hackig, och den tröttar ut läsaren, som får svårt att hålla reda på hur allt hänger ihop. I vissa fall kan dock korta meningar användas, och ett sådant fall är i bruksanvisningar. (Liljestrand & Arwidson 1989: 82.) Cassirer (2003: 66) skriver att en mening bör ha ca 13–19 ord, medan Liljestrand och Arwidson (1989: 82) säger att en normal mening bör ha ca 15–30 ord. Mängden ord är beroende på textsorten, och vissa texter kan utan problem ha längre meningar (Liljestrand & Arwidson 1989: 82; Cassirer 2003: 66). *BK* har presentationer vilket gör att de kunde passa in på kultursidorna i en tidning, men samtidigt är presentationerna till för att sälja boken vilket även gör dem till en sorts reklam. Men vart de än hör är det en fördel för texten om meningslängden varierar.

Slutligen spelar läsarens intresse in om en text är lätt eller svår att läsa, och detta är något av det viktigaste. En text kan vara hur enkel som helst men om läsaren inte bryr sig blir det inte en text som är lätt att tolka. (Cassirer 2003: 66.)

3.2 Långa ord

Björnsson (1968: 35, 216) säger att det är högst troligt att svåra ord tenderar att vara längre än korta ord. I hans undersökning fann han att sambandet mellan svårighetsgraden och längden på orden var påtaglig. Vad som menas med långa ord är

ord som är över sex bokstäver långa. Detta kom han fram till genom att undersöka olika slags texter. Det visade sig att ord med upp till sex bokstäver förekom i flest antal i lätta texter, medan ord som var från sju bokstäver och upp var vanligast i svårare texter. Detta med sex ord fungerar bara i svenskan för andra språk kräver andra mått för långa ord.

Björnsson (1968: 218) påpekar som tidigare har skrivits att i genomsnitt är de längre orden svårare att förstå än de kortare orden. Men till varje regel finns det undantag. Ett exempel är det långa ordet *trädgårdsmästare*, som har 16 bokstäver, men som inte är svår att förstå. På samma sätt finns det korta ord som är svåra att förstå. Det kan vara förkortningar eller utländska ord som kommit in i språket.

Nordman (1992: 50) konstaterar att gränsdragningen vid sex bokstäver har fått kritik, även att man ännu idag använder sig av måttet. Ett exempel på kritik är att verbet *kalla* är ett kort ord, men dess form i imperfekt, *kallade*, är ett långt ord. Trots detta kan man konstatera att de längre orden blir fler ju svårare en text blir (Björnsson 1968: 216). Därför fungerar ännu metoden med att klassificera ord som består av sju bokstäver som svåra.

Ord som är långa drar ner på tempot i texten, och de tröttar ut läsaren. De skapar också rytmstörningar i läsningen. Om orden är för långa blir det svårt att se helheten och läsaren får svårt att uppfatta texten. Men en text med enbart korta ord är inte att föredra då den blir för enformig. Det gäller att ha variation i texten. På detta vis fås bäst tempo och rytm i läsningen, och om de långa orden används i lämpliga mått kan skribenter mycket väl använda sig av dem. (Nordman 1992: 57–59.)

3.3 Läsbarhet i texter

Medeltalet för hur många ord en människa läser i minuten är 200. Detta tal kan ändras då det finns många faktorer som inverkar på läsningen så som svårighetsgrad på texten och vad för slags avsikt läsaren har med läsningen. Det tar olika lång tid att läsa olika

sorters texter, och även inom en och samma text varierar hastigheten. Vissa människor läser dessutom fortare än andra. (Melin 2004: 62–63.) Platzack (1974: 25–27) säger att alla människor är olika och alla upplever därför läsningen på olika sätt. Det man har gemensamt är att man kommer fram till innehållet genom att se på texten, och han säger därför att läsning till en stor del bygger på ett samspel mellan det läsaren ser och det som läsaren vet.

Lättlästhet och svårlästhet i en text beror på de olika krav som ställs på läsaren. En text som fodrar mycket tid, motivation, intresse, förkunskaper, lässkicklighet och ansträngning är en text som är svår att läsa. (Platzack 1974: 25; Hellspong 2001: 85.) Vad är det då som gör en text lättläst? Svaret är att det är lättare att visa på vad som gör en text svår än vad som gör den lätt. Svåra texter och svåra ord är självklara exempel på sådant som försvårar texten. Komplicerade meningar vållar problem för korttidsminnet, och vid sådana meningar sjunker läshastigheten och förståelsen försämras. Dålig textbindning försvårar även den läsbarheten. En bra mening visar först upp den förväntade informationen och sedan följer ny information mot slutet av meningen. (Melin 2004: 62–71.) De typografiska egenskaperna hos texten är faktorer som spelar en stor roll då någon läser en text. En finstilt text med långa och kompakta stycken är inte en lättläst text. Radavstånd, format, och för många avstavningar är annat som vållar problem vid läsandet. (Liljestrand & Arwidson 1979: 16.) Läsaren glömmor bort det mesta av det som hon eller han har läst inom ett par dygn, och därför gäller det för författaren att fokusera på de 10–20 % av texten som författaren vill att läsaren skall minnas. (Melin 2004: 74.)

3.3.1 Läsbarhetsindex Lix

Läsbarhet räknas ut med hjälp av olika formler, och en känd svensk formel har utarbetats av C.H. Björnsson 1968. Läsbarhetsindex, förkortat lix, räknas ut i dessa fyra steg:

1. Räkna alla ord i en text (a), alla meningar (b) och alla långa ord (c).
2. Dela alla ord (a) med meningarna (b) vilket ger meningslängden, ml.

3. Dela de långa orden (c) med alla ord (a) och multiplicera detta med 100 vilket ger procenten långa ord, lo.
4. Lägg ihop meningslängden (ml) med procenten långa ord (lo). Summan avrundas till ett heltal och detta heltal ger lix. (Björnsson 1968: 66.)

De här fyra punkterna ger svar på några frågor men inte på alla. Lix är menat för löpande text, och det utelämnar sådant som rubriker, bildtexter och långa uppräkningsrader. I en text räknas med regel text, tal och förkortningar, men inte interpunktionstecken. Talet 34,76 räknas som två ord medan året 1876 är ett ord. Förkortningar räknas som de sägs, *t.ex.* är två ord och *dvs.* är tre ord, medan initialord som SAS är ett ord. Ord med ett bindestreck räknas som ett ord. (Ibid. 67–68.)

En mening som börjar med en liten bokstav efter ett semikolon eller kolon räknas inte som en ny mening. Men om meningen börjar med en stor bokstav efter kolon är detta en ny mening. Råder tveksamhet gällande ett ord så ser man på uttalet, *t.ex.* ger *till* och *exempel*, det första är ett kort ord och det andra ett långt ord. 12 (tolv) är ett kort ord medan 14 (fjorton) är ett långt ord. Vid räknandet av ord gäller det att vara försiktig för till exempel *stället* är ett ord som lätt kan räknas som ett kort ord medan det korta ordet *mamman* kan misstas för ett långt ord. Vid texter som är under 2000 ord räknas allt medan det i längre texter tas stickprov. (Ibid. 68–70, 83–87.)

Björnsson (1968: 89) har genom sina undersökningar gjort en lix-skala som beskriver hur lätt eller svår en text är. Tabell 1 visar hur skalan ser ut.

Tabell 1. Björnssons lix-tolkning.

Lix	Beskrivning
20	Mycket lätt
30	Lätt
40	Medelmåttigt
50	Svår
60	Mycket svår

Tabell 1 förklarar skalan, men inte hur den exakt skall tolkas. Skalan tolkas på följande sätt: En text som har ett lix mellan 25–34 är en lätt text, medan en text med lix mellan 35–44 är en medelmåttig text. (Björnsson 1968: 90.)

Björnsson (1968: 110) har även räknat ut ett antal lix-värden för fem olika genrer, och han kom fram till dessa lix-värden:

Barn- och ungdomsböcker	27
Skönlitteratur	33
Dags- och veckopress	39
Saklitteratur	47
Facklitteratur	56

Alla dessa värden är genomsnittsmått och därför har de alla olika spridningsmått. Barn- och ungdomslitteraturen har en spridning på 4,6. Detta betyder att 95 av 100 barnböcker håller sig till värdet 36–18. (Ibid. 110.)

Ett högt eller lågt lix-värde är ett symptom på om en text är svår eller lätt att läsa. Lix-värden är inte en förklaring till varför det är så. En journalist som har en text med ett högt lix-värde kan inte ta och förkorta meningar och ord för att få ett lägre värde. Texten behöver inte blir lättare för det. (Cassirer 2003: 69.) Det gäller att använda förståndet om skribenten vill förenkla en text efter att ha räknat ut lix (Björnsson 1968: 122).

3.3.2 Vallhofs formel LOM

Vallhov presenterade 1970 sin formel LOM då hon jämförde sitt eget material av tidningstexter med Björnssons lix. Hon ansåg att det kunde användas en enklare formel. LOM betyder medeltalet långa ord, LO, som finns per mening. Långa ord säger hon är ord som är längre än sex bokstäver. Då Vallhov undersökte sitt material fann hon att LOM har ett samband med lix. Då LOM stiger, stiger även lix och tvärtom. Hon medger att LOM kan ha samma svagheter som lix med de mycket höga lix-värdena samt de

många låga lix-värdena som kom från korta textavsnitt. Men då antalet prövade texter inte var tillräckligt många är detta inte säkert. Men hon tycker likväl att LOM kunde ersätta lix. Detta skulle spara tid för den som undersöker texter. Slutligen kom hon fram till att då meningslängden, ML, gav en hög siffra sjönk procenten för långa ord, LO. (Vallhov 1970: 202–245.)

3.4 Kritik mot Lix och LOM

Björnsson (1968: 113–114) förklarar själv en del av kritiken som han har fått angående lix. Kritiker har påpekat att korta ord kan vara svårare att förstå än långa ord, och därför är det fel att räkna endast långa ord i tron att de gör texten svårare. En lång mening behöver inte heller den vara mer svårläst än en kort sönderhackad mening. Alltför korta meningar kan försvåra läsningen. Han svarar på denna kritik med att säga att lix gäller medelvärden och stora tal. Därför är det helt ointressant att påpeka att det finns svåra korta ord i texter. De längre orden är i genomsnitt svårare än de korta och det finns fler svåra långa ord i svårlästa texter. När meningslängden kritiserar säger han att endast för att en mening får ett lågt värde betyder inte detta att alla meningar i den undersökta texten är korta. Det kan inte förnekas att lättare texter har en lägre genomsnittlig meningslängd än svåra texter. Björnsson medger dock att det finns vissa texter som kan avvika och därför bör man använda lix med sunt förnuft. Lix är dessutom lätt att missförstå. Bara för att en politisk text får ett lix-värde på 20 betyder inte detta att texten är lättläst för elever i årskurs 2. Nordman (1992: 246) håller med och säger att bara för att en text har ett högt lix-värde behöver inte det betyda att texten är svår att förstå för alla. Ett värde på 50 i en facktext orsakar inte problem för specialisten inom det området. Men den vanliga läsaren kan få problem med facktexten. Lix kan användas så länge man inte glömmer bort läsargruppens förutsättningar.

Vallhov (1970: 202–245) har kritiserat Björnssons läsbarhetsindex lix då Björnsson inte ser på den typografiska utformningen eller textens innehåll då han mäter lix. Hon säger att det vore lättare att använda hennes egen metod, LOM, då den är enklare och tar mindre tid att räkna ut. Istället för att räkna ut alla ord, alla meningar och alla långa ord i

en text kunde man bara räkna ut meningar och långa ord. Dessutom når de ungefär samma svar. Platzack (1974: 12, 18) har kritiserat lix, och även LOM då han säger att Vallhov använder för lite material. Platzack skriver att det finns en mängd andra faktorer som hjälper till att försvåra en text. Exempel på sådana faktorer är antalet främmande ord, antalet avstavningar i texten, och sådant som hör till meningsstrukturen som till exempel mängden ord före verbet i en bisats. I Platzacks egen undersökning tar han hänsyn till faktorer som ansträngning, innehåll, typografi, språk, läsaren och graden av förståelse.

Lars Melin (2004: 75) påpekar att lix kan vara väldigt säkert att använda sig av. Men detta gäller endast om man räknar på andras texter, för man bör absolut inte försöka anpassa egna texter till formeln. När detta sker ger det lix ett dåligt rykte som Melin inte tycker att lix förtjänar.

4 RUBRIKER I *BÖCKERNAS KLUBB*

I detta kapitel undersöker jag rubrikerna i det utvalda materialet. Syntaxen i rubrikerna undersöker jag i avsnitt 4.1. Citatrubriker, frågerubriker och andra rubriker undersöker jag i avsnitt 4.2.1 för att se om *BK* föredrar någon särskild sorts rubrik. Formen i rubrikerna (se avsnitt 4.2.2) granskar jag för att se om *BK* föredrar huvudrubriker, eller huvudrubriker som har en dårrad eller en underrubrik. Fördelningen av substantiv, adjektiv, verb och egennamn i rubrikerna, och på vilket språk de är diskuterar jag i avsnitt 4.3. Slutligen jämför jag de 352 rubrikerna med MB-rubrikerna som är 22 till antalet. MB-rubrikerna är längre då de har mer utrymme (se bilaga 1, 2). De är alltid skönlitterära och delas inte in i några kategorier, och därför bildar de en egen grupp. (Se avsnitt 4.5.)

Analysen av rubrikerna sker på två sätt. Först undersöker jag rubrikerna syntaktiskt för att se om de är fullständiga satser eller om de är satsfragment. Sedan undersöker jag rubrikerna strukturellt och lexikaliskt. Rubriktyper är något som bland andra Mårdh (1980) forskat om på engelska och Nordman (1995, 1999) på svenska. Rubriksyntax har undersökts av Vahtera (1996, 1999) och Niemikorpi (1994).

Rubrikerna är indelade i tre olika litteraturkategorier för att se om någon kategori använder sig av någon rubrik mer än de övriga kategorierna. I tabell 2 presenterar jag hur rubrikerna fördelas i de olika kategorierna.

Tabell 2. Antalet rubriker per kategori.

Rubriker	F	%
Skönlitteratur	119	(33,8)
Hobby	74	(21,0)
Övriga	159	(45,2)
Summa	352	(100)

Tabell 2 visar vilken kategori som har minst antal rubriker och vilken kategori som har flest antal rubriker. Den första kategorin är den skönlitterära kategorin (S). Denna kategori har 119 rubriker (33,8 %). Den andra kategorin är en så kallad ”hobbykategori” (H). I denna kategori finns det 74 rubriker (21 %), och det är den minsta kategorin. Till den tredje kategorin hör resten av böckerna. Denna sista kategori (Ö) är den största med 159 rubriker (45,2 %), och det är den mest blandade kategorin. Kategorin har bokstaven Ö som står för övriga, och i denna kategori finns det böcker om historia, faktaböcker, skämtböcker och andra som inte passar inte på skönlitteratur eller hobbyböcker.

4.1 Syntaktisk analys

En fullständig sats kräver subjekt och predikat. Huvudsatser som är förkortade kallas för satsfragment. (Liljestrand & Arwidson 1989: 78.) Jag delar in rubrikerna i fullständiga satser och satsfragment. Jag jämför de olika litteraturkategorierna med varandra, och sedan jämför jag mina resultat med Vahteras (1996, 1999) och Niemikorpi (1994) resultat. Till satsfragmenten i min undersökning hör för övrigt även rubriker som består av ett ord. I tabell 3 anges vilken kategori (S, H, Ö) rubrikerna hör till, procenten av fullständiga satser och satsfragment i *BK*, och antalet rubriker (F). Även den totala mängden anges.

Tabell 3. Rubriksyntax i *Böckernas Klubb (BK)*.

Rubriker	S		H		Ö		Totalt	
	%	F	%	F	%	F	%	F
Fullständiga satser	33,3	(40)	17,6	(13)	31,4	(50)	29,2	(103)
Satsfragment	66,7	(80)	82,4	(61)	68,6	(109)	70,8	(250)
Summa	100	(120)	100	(74)	100	(159)	100	(353)

Tabell 3 visar att rubrikmängden inte är 352 utan 353. Detta beror på att 1 av rubrikerna består av två olika sorters satser (se ex. 16). Dessa satser har räknats som en rubrik, men samtidigt som två rubriker gällande syntaxen. Tabell 3 visar även att rubrikerna i kategori S har fler fullständiga satser (33,3 %) än de övriga kategorierna. Kategori H har fler satsfragment (82,4 %) än de övriga.

Det finns 1 rubrik som består av både en fullständig sats och ett satsfragment. Exempel 16 är en sådan rubrik:

- (16) **Årets nobelpristagare Orhan Pamuk**
En viktig berättare som får världar att mötas (11 S)

Exempel 16 består av en huvudrubrik, och en underrubrik. Huvudrubriken är ett satsfragment medan underrubriken är en fullständig sats.

Det finns totalt 353 rubriker i materialet. Av dessa är 103 fullständiga satser och 250 är satsfragment. Det betyder att 29,2 % av rubrikerna är fullständiga och 70,8 % är satsfragment.

4.1.1 Fullständiga satser

Det finns färre fullständiga satser än satsfragment i *BK*. Medeltalet för fullständiga satser är 29,2 %, och antalet är 103 stycken. Nedan följer exempel på hur fullständiga satser ter sig i *BK*:

- (17) ”Jag var en vanartig son” (2 S)
(18) Kan du byta ett blixtlås? (2 H)
(19) Hon efterlyser mänskligare vård (2 Ö)

Föregående exempel är från alla tre kategorier, och exempel 17, 18 och 19 är alla fullständiga satser som består av subjekt och predikat (se avsnitt 2.2).

Tabell 3 visar att i kategori S finns det 33,3 % fullständiga satser. Det är en kategori som inte skiljer sig åt av många procent från kategori Ö som har 31,4 % fullständiga satser. Antalet varierar från 40 stycken i kategori S till 50 stycken i kategori Ö. Rubrikerna i kategori H, som bland annat består av böcker om kokning och stickning, är den kategori som har det minsta antalet fullständiga satser. De är 13 stycken. De fullständiga satserna är i denna kategori 17,6 %. I denna kategori handlar det i flera fall om att göra någonting, men detta betyder inte att rubrikerna är fullständiga satser.

Niemikorpi (1994: 99) har undersökt olika slags tidningar som kulturtidningar, dagstidningar och kvinnotidningar. De fullständiga satserna i dagstidningar är 40 % och i kulturtidningarna har 12 % av rubrikerna fullständiga satser. Rubrikerna i kategori H är närmast det senare resultatet då jag i mitt material har 17,6 % fullständiga satser i denna kategori. I Vahteras (1996: 45) undersökning är 35,7 % av de svenska rubrikerna fullständiga satser. Kategori H är långt ifrån detta tal men desto närmare är kategori S och kategori Ö med 33,3 % och 31,4 % fullständiga satser. Niemikorpis (1994) och Vahteras (1996) resultat skiljer sig från mina resultat. När jag räknar medellängden för alla rubriker, vare sig de tillhör kategori S, H eller Ö, är de fullständiga satserna inom materialet 29,2 %. Detta är ett tal som är närmast Vahteras (1996: 45) resultat (35,7 %).

4.1.2 Satsfragment

Satsfragmenten dominerar i *BK*. Av alla rubriker är 70,8 % satsfragment, och de uppgår till 250 stycken (se tabell 3). Inom kategorierna finns det skillnader, och exempel från de tre kategorierna följer:

- (20) Nattsvart deckare (2 S)
- (21) Förföriskt gott (8 H)
- (22) Ett outhärligt mästerverk (9 Ö)

Exempel 20, 21 och 22 är alla satsfragment, och från de tre olika kategorierna. Rubriken i exempel 20 är från kategori S och detta är den kategori som innehåller minst satsfragment i förhållande till fullständiga satser. Antalet satsfragment är 80 stycken

vilket lägger kategorin mellan H (61) och Ö (109). Andelen satsfragment i kategori S är 66,7 %. Nästa rubrik, exempel 21, är från kategori H som har flest satsfragment i materialet. I H är 82,4 % av rubrikerna satsfragment, men kategorin är den med minst antal rubriker (61). Kategori Ö vars rubrik syns i exempel 22 är en kategori som står nära kategori S (66,7 %) med andelen satsfragment. Kategori Ö har 68,6 % satsfragment, vilket skiljer sig med 1,9 % från kategori S. Antalet satsfragment i denna största grupp är 109, vilket är mer än alla kategorier sammanräknade för de fullständiga satserna. En större skillnad (12,4 %) finns mellan kategorierna S och Ö, och kategori H. Slutsatsen av detta är att *BK* föredrar satsfragment i kategori H medan de två andra kategorierna byggs upp tämligen lika med satsfragment runt 68 %. Men även dessa två kategorier föredrar dock satsfragment.

Niemikorpi (1994: 99) fann att 88 % av rubrikerna i hans material är satsfragment. Då endast rubriker i dagstidningar räknas i hans material är 53 % satsfragment. I Vahteras (1996: 45) undersökning är 64,3 % av de svenska rubrikerna satsfragment. Vahteras (1996: 45) 64,3 % är närmast kategori S (66,7 %) och kategori Ö (68,6 %). Å andra sidan är Niemikorpi (1994: 99) 88 % för alla slags tidningar nära kategori H som har 82,4 % satsfragment. Mina resultat för satsfragment inom alla kategorier (70,8 %) är inte i närheten av Niemikorpi (1994: 99) och Vahteras (1996: 45) resultat (88 % och 64,3 %).

4.2 Strukturell analys

I denna del av undersökningen jämför jag resultaten med undersökningar av Mårdh (1980), Nordman (1995) och Toikkanen (2003). Jag undersöker olika typer av rubriker, som t.ex. citatrubriker. Slutligen undersöker jag formen på rubrikerna för att se om de är huvudrubriker (enstegsrubriker) eller rubriker som består av en huvudrubrik och en darrad eller en underrubrik (tvåstegsrubriker).

4.2.1 Skiljetecken i rubriker

I mitt material förekommer frågerubriker, utropsrubriker, rubriker som slutar med tre punkter och citatrubriker. Tabell 4 visar deras antal och andel inom kategorierna.

Tabell 4. Rubriker med skiljetecken i *BK*.

Kategori	S		H		Ö		Totalt	
	%	F	%	F	%	F	%	F
Utropsrubrik	7,6	(9)	13,5	(10)	5,7	(9)	8,0	(28)
Frågerubrik	0,8	(1)	9,5	(7)	12,0	(19)	7,7	(27)
Citat	9,2	(11)	0	(0)	2,5	(4)	4,3	(15)
Tre punkts rubriker	0,8	(1)	0	(0)	3,8	(6)	2,0	(7)
Summa	18,5	(22)	23,0	(17)	23,9	(38)	21,9	(77)

Totalt finns det 77 rubriker med skiljetecken i materialet vilket utgör 21,9 % av alla rubriker (se tabell 4). Utropsrubrikerna är 28 stycken vilket utgör 8 % av alla rubriker. Frågerubrikerna är 27 stycken, och de utgör 7,7 % av alla rubriker. Sedan följer citaten som är 15 stycken, och de är 4,3 % av alla rubriker. Minst antal finns det av tre punkts rubriker som är 7 stycken, vilket betyder 2 % av alla rubriker i materialet.

Det finns 22 rubriker med skiljetecken i kategori S och de utgör 18,5 % av alla rubriker i kategori S. H har minst antal rubriker med skiljetecken (17). Men av kategorins 74 rubriker är 23 % rubriker med skiljetecken. Flest antal rubriker har Ö då 38 av rubrikerna har ett skiljetecken i slutet, och av alla rubriker inom kategorin består 23,9 % av skiljetecken.

Tabell 5 visar hur stor andel rubriker med skiljetecken kategori S, H och Ö har av alla rubriker med skiljetecken.

Tabell 5. Andelen rubriker med skiljetecken av skiljeteckensrubrikerna i *BK*.

Kategori	S	H	Ö	Totalt
	%	%	%	%
Utropsrubrik	40,9	58,8	23,7	36,4
Frågerubrik	4,5	41,2	50	35,1
Citat	50	0	10,5	19,5
Tre punkts rubriker	4,5	0	15,8	9,1
Summa	28,6	22,1	49,4	100,1

Tabell 5 visar att utropsrubrikernas andel av rubriker med skiljetecken är 36,4 %. Frågerubrikerna följer med 35,1 % av alla skiljetecken. Citaten är 19,5 % och rubrikerna med tre punkter är 9,1 % av rubrikerna med skiljetecken.

Av alla skiljetecken inom kategorierna har kategori S 28,6 %, kategori H har 22,1 % och kategori Ö har flest med 49,4 %. Det är Ö som har nästan hälften av rubrikerna med skiljetecken.

Utropsrubrikerna som är flest till antalet (28) är de rubriker som diskuteras först. Tre exempel från kategorierna följer:

- (23) Kurt Vonnegut är tillbaka! (12 S)
- (24) Glöm inte det gröna! (7 H)
- (25) Ord för alla! (2 Ö)

Rubriken som utgör exempel 23 är en av 9 utropsrubriker i kategori S. Här vill *BK* visa att en författare är tillbaka med en ny bok och detta är en stor nyhet som förtjänar ett utropstecken. Det kan hända att författaren inte gett ut något på länge, eller så är det en favoritförfattare bland många som har längtat efter en ny bok. Det andra exemplet, 24, är från kategori H, och rubriken vill få läsarna att inte glömma sin trädgård. Numret på medlemstidningen är 7 vilket visar att den kommer ut på sommaren. Det är juli månad och många har semester. Det är en tid då läsare har ro att se över sin trädgård, och här kan denna bok locka en till att göra något. Det sista exemplet, 25, är från kategori Ö och

denna rubrik utropar att de främmande orden som finns i boken är för alla att läsa, då orden är lätta att lära sig.

Meningarna är delade angående utropstecken i rubriker. Miettinen (1988: 173) säger att de endast får förekomma då något tragiskt har inträffat medan Strömquist (1989: 128) tycker att de aktiverar läsaren. *BK* följer linjen att ett utropstecken aktiverar läsaren. Det handlar inte om nyhetsrubriker i *BK*s fall, och man kan därför vara annorlunda.

Utropsrubrikerna är flest till antalet i kategori H (10). Rubriker med utrop är 13,5 % av alla ord i H. Närmare varandra är kategori S med 7,6 % och kategori Ö med 5,7 % utropsrubriker av alla ord. (Se tabell 4.) Tabell 5 visar att kategori H har 58,8 % utropsrubriker av rubrikerna med skiljetecken. Sedan följer S med 40,9 % av skiljeteckensrubrikerna, och minst har kategori Ö med 23,7 %.

I Nordmans (1995: 182) undersökning har de vetenskapliga rubrikerna inga utropstecken, medan de populärvetenskapliga rubrikernas andel är 3,8 %. Mårdhs (1980: 85) andel är 4,2 % och 0 % i de artiklar som hon har undersökt. Toikkanen (2003: 33) fann 1 utropsrubrik i sin undersökning. Alla kategorierna i mitt material har en högre andel utropsrubriker. Närmast Nordmans (1995) och Mårdhs (1980) resultat är kategori Ö med 5,7 %. Andelen utropsrubriker för alla kategorier är 8 % vilket även det är högre än resultaten som jag jämför med.

Antalet frågerubriker för alla rubriker i detta material är 27 stycken, och de utgör 7,7 % av alla rubriker. Exempel följer hur rubrikerna ser ut i kategorierna:

- (26) Ont i ryggen? (10 H)
- (27) Barbar eller reformist? (2 Ö)

Kategori S är den kategori med 1 frågerubrik (se ex. 6). Rubriken i exempel 26 är från kategori H och hör till en bok om hur man bäst motionerar. Rubriken ställer en fråga till läsaren och om läsaren har ont i ryggen är det här en rubrik som kan locka, och en bok som läsaren kan fundera på att köpa. Exempel 27 är en rubrik från kategori Ö, och inom

kategorin förekommer det flest frågerubriker. Men det är även den mest blandade kategorin. Kategorin har många olika slags böcker, och frågerubriker passar in på många av dessa rubriker.

Tabell 4 visar att kategori Ö är den kategori som har flest frågerubriker, 12 %, medan kategori S har 0,8 % frågerubriker. Rubrikerna i kategori H, 9,5 %, är närmare kategori Ö än kategori S. Tabell 5 visar att kategori S har 4,5 % frågerubriker av alla skiljetecken inom kategorin. H har 41,2 % frågerubriker av alla skiljetecken, och Ö har 50 %, vilket betyder att hälften av alla skiljetecken inom kategorin är frågerubriker.

Nordmans (1995: 182) andel frågeformade rubriker är 25,4 % i de populärvetenskapliga skrifter som hon har undersökt, och mina resultat (se tabell 4) når inte upp till det. Närmare är resultaten i Mårdhs (1980: 83) undersökning av tidningsrubriker då de är 0,5 % och 4,9 %. Frågerubrikerna i kategori S är 0,8 % och är nära det ena resultatet. Toikkanens (2003: 31) andel är 2,4 %, och det är närmare kategori S (0,8 %) än kategori H (9,5 %) och kategori Ö (12 %). Kategori S är den kategori av rubriker som ligger närmast resultaten för tidningsrubriker. Mårdh (1980: 83) skriver att frågeformade rubriker är konstruerade så att läsaren ställer frågan till sig själv och sedan söker svaret i texten. Men olika regler visar att de flesta av dessa regler är emot frågeformade rubriker (se avsnitt 2.2). Kategori Ö har böcker och rubriker där man vill få folk att ställa frågor till sig själv (se ex. 27). Kategori H är den en kategori som kan ställa frågor som man vill att läsaren svarar på (se ex. 26). Att *BK* använder sig av frågor antar jag att är en viktig del i försäljningen av böckerna. Det är ett sätt att nå läsaren och mottagaren.

Frågerubrikernas andel för alla rubriker är 7,7 %. Resultaten är inte nära Mårdhs (1980: 83) resultat 0,5 % och 4,9 %, eller Toikkanens (2003: 31) andel 2,4 %.

Det finns 15 citatrubriker i materialet, och de utgör 4,3 % av alla rubriker. Kategori H har inga citat och därför är följande exempel från Ö och S:

(28) ”Jag tänker alltså existerar jag ” (12 Ö)

(29) ”Jag behöver både frihet och ensamhet ” (5 S)

Rubriken i exempel 28 är en citatrubrik från kategori Ö. Det är ett känt citat av filosofen *Descartes*, och rubriken hör till en bok om samma man och hans upptäckter. Exempel 29 är en citatrubrik från kategori S. Den tillhör en biografi och citatet finns i samma bok. Om man ser på varifrån citaten har tagits är skillnaderna inte särskilt stora. I kategori S är 5 stycken av citaten tagna ur boken som rubriken står för, de resterande 6 citaten är antingen tagna ur delar av en recension som finns vid sidan om boken (detta handlar om recensioner från andra tidningar), eller så är det från själva boken. Citaten i kategori Ö består till hälften av citat från recensioner, och den andra hälften är kända citat som läsarna borde känna till. Om citat används i en rubrik bör de stå på ett sätt så att det är självklart för läsaren vem som sagt vad (Andersson-Ek m.fl. 1999: 48). Exempel 29 är ett bra exempel på hur man använder citat i *BK*. Kontexten gör att läsaren vet att det kommer från boken.

Kategori H är den rubrikkategori som inte har några citatrubriker. Rubrikerna i kategori S har den största andelen citatrubriker med 9,2 %, vilket uppgår till 11 citat. Rubrikerna i kategori Ö har 2,5 % citatrubriker och det motsvarar 4 stycken rubriker. Kategori S har 50 % citatrubriker av de skiljetecken som finns i kategorin. Ö har färre med 10,5 % rubriker av kategorins skiljetecken.

Toikkanen (2003: 34) har undersökt citatrubriker i *Vasabladet* och de är 5,1 %. Mina resultat visar att kategori Ö har 2,5 % citat, medan S har 9,5 % citatrubriker. Men kategori S är ingen vanlig kategori. Det är en skönlitterär kategori som använder sig av citaten från böckerna för att på så göra dem verkligare. Då citaten är tagna ut böcker är det från biografier. De talar med en röst som har funnits, och ingen påhittad röst. I detta är de likadana som rubrikerna i dagstidningar för där får rösterna inte vara påhittade.

Citaten för alla kategorier i mitt material är 4,3 %, vilket skiljer sig med mindre än 1 % från Toikkanens (2003: 34) 5,1 %. Citat verkar därför vara något som *BK* använder sig av lika sparsamt av som dagstidningar.

I materialet finns det 7 rubriker (2 %) som slutar med tre punkter. Kategori H är den kategori som saknar rubriker av denna typ. Ett exempel från S och två från Ö följer:

- (30) Justine trodde att faran var över ... (3 S)
- (31) Sumeriska, etruskiska, anglosaxiska ... (4 Ö)
- (32) Om väggarna kunde tala ... (12 Ö)

Rubriken i exempel 30 är den enda rubriken med tre punkter från kategori S. Rubriken kan vara tagen ut boken, eller så har presentationens skribent hittat på den. Huruvida den är det eller inte är det, är det ändå en rubrik som syns då rubriken har tre punkter. Exempel 31 har sina tre punkter för att visa att det kommer fler språk efter de tre som redan finns där. Den tillhör en bok om utdöda språk, och det finns många av dessa. Exempel 32 tillhör en bok som handlar om Stockholms domkyrka, och de tre punkterna visar på något som läsaren inte riktigt vet. För vad skulle väggarna säga om de kunde tala?

I kategori S finns det 0,8 % rubriker som slutar med tre punkter och antalet är 1 rubrik. Det största antalet rubriker med tre punkter har kategori Ö med 6 stycken tre punkts rubriker, vilket motsvarar 3,8 % av alla rubriker inom kategorin. Kategori S har 4,5 % rubriker med tre punkter av alla skiljetecken inom kategorin. Ö har 15,8 % rubriker med tre punkter av den andel skiljetecken som finns i kategorin.

Punkter är inte nödvändiga i rubriker. En rubrik som placeras på en egen rad, och som inte är för nära själva texten är nog. (Strömquist 1989: 129.) I mitt material finns det sällan punkter, och då de används är det i MB-rubrikerna (se avsnitt 4.5). Toikkanen (2003: 39) har 1 rubrik som slutar med tre punkter i sitt material. Det gör att det finns fler rubriker som slutar med tre punkter i mitt material än i Toikkanens undersökning. I mitt material är 2 % av alla rubriker tre punkts rubriker. *BK* har fler orsaker än vanliga tidningar att använda rubriker som slutar med tre punkter. Att lämna något outtalat får läsaren att undra eller ställa frågor till sig själv. Vilket kan vara bra vid försäljning.

4.2.2 Rubrikernas form

De rubriker i materialet som består av en huvudrubrik som antingen har en underrubrik eller en darrad kallas tvåstegsrubriker. Rubrikerna används om de blir för långa och

innehåller för mycket information (Liljestrand & Arwidson 1989: 33). Tabell 6 anger förekomsten av rubrikerna i de tre kategorierna.

Tabell 6. Huvud- och tvåstegsrubriker i *BK*.

Kategori	S		H		Ö		Totalt	
	%	F	%	F	%	F	%	F
Huvudrubrik	89,1	(106)	100	(74)	98,7	(157)	95,7	(337)
Tvåstegsrubrik	10,9	(13)	0	(0)	1,3	(2)	4,3	(15)

Tabell 6 visar att det finns 15 tvåstegsrubriker i materialet vilket utgör 4,3 % av alla rubriker. Kategori S har flest med 13 tvåstegsrubriker (10,9 %). Det finns inga tvåstegsrubriker i kategori H. Kategori Ö har 2 tvåstegsrubriker och det motsvarar 1,3 % av alla rubriker i kategorin. Exempel från S och Ö följer:

- (33) Dickens "älsklingsbarn"
NU I NYUTGÅVA (7 S)
- (34) Jane Austens mästerverk
En tidlös kärlekshistoria (2 S)
- (35) **Dags att gå vidare?**
Det kan vara det bästa som du någonsin har gjort (2 Ö)

Exempel 33 är en huvudrubrik med underrubrik från kategori S. Huvudrubriken säger något om boken medan underrubriken står med mindre teckenstorlek, men med stora bokstäver. Den står ut och man missar den inte. Exempel 34 är en annan huvudrubrik med underrubrik från kategori S. Denna gång står underrubriken med kursiv stil, och ger ett något romantiskt sken till det som den säger. Det sista exemplet är exempel 35 som är en av två tvåstegsrubriker i kategori Ö. Det är en huvudrubrik med en underrubrik. Först ställer rubriken en fråga för att sedan svara på den genom att mana på läsaren.

Nordman (1995: 182–183) har undersökt enstegsrubriker och tvåstegsrubriker i populärvetenskapliga och vetenskapliga rubriker. I de populärvetenskapliga rubrikerna

är 69,6 % enstegsrubriker, medan andelen enstegsrubriker i de vetenskapliga rubrikerna är 44,9 %. Mina resultat visar att enstegsrubrikerna i S (89,1 %) och Ö (98,7 %) är över Nordmans siffror (69,6 % och 44,9 %). Den totala andelen enstegsrubriker i materialet är 95,7 % och andelen tvåstegsrubriker av alla rubriker är 4,3 %. Även det resultatet (95,7 %) enstegsrubriker är fler än Nordmans siffror (69,6 % och 44,9 %). Tvåstegsrubriker säger i de flesta fall mer än vad enstegsrubriker gör. Det kunde tyckas att det vore bra att använda sig av tvåstegsrubriker men så är inte fallet i *BK*. Tvåstegsrubriker säger mer men samtidigt blir sådana rubriker långa. De tar mer plats, och detta är plats som presentationen eller bilden av/från boken behöver. *BK* har gjort som de flesta tidningar gör, och detta är att använda kortare rubriker vilket enstegsrubriker i de flesta fallen blir.

I materialet finns det tvåstegsrubriker vars huvudrubrik är en sorts rubrik medan darraden eller underrubriken tillhör en annan sorts rubrik. Rubrikerna kallar jag för två rubriker i en.

Det finns 8 stycken rubriker av denna sort. Kategori H är den kategori som saknar två rubriker i en, för det är en kategori som inte heller har några tvåstegsrubriker. Kategori S har flest av två rubriker i en då antalet är 6 och andelen är 5 % medan kategori Ös andel är 1,3 % och detta motsvarar 2 stycken. Ett exempel på rubrik av denna grupp från *BK* är:

(36) Ny tät och skrämmande roman av Elizabeth George
Läs den på engelska! (10 S)

Ett exempel på en rubrik som består av två olika sorters rubriker är exempel 36. Huvudrubriken är en normal rubrik, medan underrubriken är en utropsrubrik. Denna rubrik tillhör kategori S. För att se ett exempel på en rubrik inom kategori Ö se ex. 35. Det exemplet består av en huvudrubrik i form av ett frågetecken och en vanlig underrubrik skriven med ett mindre typsnitt. I exempel 36 vill *BK* visa att de säljer boken när den ges ut, och istället för att vänta på den svenska översättningen kan läsarna ta och köpa den nu. Varför dessa rubriker används är en obesvarad fråga, och det finns

inget särskilt grepp för denna typ av rubrik. Men de säger mer på sitt sätt, och att stilistisk använda ett utrop på den ena raden och inte på den andra gör att blicken faller på rubriken.

4.3 Lexikalisk analys

I följande analys undersöker jag på vilket språk rubrikerna är och sedan undersöker jag hur många substantiv, verb och adjektiv som det finns i rubrikerna. Sist undersöker jag hur många av substantiven som är egennamn.

4.3.1 Språk

Böckernas Klubb har 4 stycken rubriker på ett annat språk än svenska. Alla dessa rubriker i mitt material är på engelska. Det finns 1 rubrik inom kategori S och 3 rubriker inom kategori Ö. Exempel på dessa följer:

- (37) Lady sings the blues (6 S)
- (38) Payback-time! (4 Ö)
- (39) Mindfulness (1 Ö)

Exempel 37 är den enda rubriken på ett annat språk inom kategori S. Det är en biografi över jazzmusikern *Billie Holiday* och därav den engelska rubriken. Hon står för Lady och med tanke på att det nämns i rubriken måste detta vara ett smeknamn för henne. Exempel 38 är en rubrik från kategori Ö. Boken som rubriken hör till handlar om hur man skall ge svar på tal, och hålla lugnet. Rubriken låter som om den skulle passa som rubrik över en thriller. Exempel 39 är en rubrik som använder sig av det engelska ordet *Mindfulness*, som står för medveten närvaro. Den svenska översättningen (*Medveten närvaro*) är för övrigt en del av undertiteln på boken. Boken handlar om att lära känna sig själv och att bli medveten om det som sker runt en. De flesta tänker för mycket på framtiden eller på det som skett förut, och vi kan bara styra nuet. Författaren som är amerikan har myntat ordet *mindfulness*.

4.3.2 Ordklasser

I rubriker kan vissa ord lämnas bort, och på grund av detta tenderar substantiv och verb att dominera över orden (Andersson-Ek m.fl. 1999: 53). I svenskans ordförråd är de vanligaste orden substantiv (*Svenska Akademiens grammatik 2* 1999: 15). Substantiv, adjektiv och vissa verb hör till *innehållsorden* som står för platser, ting, händelser, saker i världen och så vidare. *Formord* å andra sidan har en allmän funktion och till dessa hör konjunktioner, pronomener och propositioner. (Hellspong & Ledin 1997: 72.) Fördelningen av substantiv, verb och adjektiv i det undersökta materialet visas i tabell 7.

Tabell 7. Fördelningen av substantiv, verb och adjektiv i *BK*-rubrikerna.

Kategori	S		H		Ö		Totalt	
	%	F	%	F	%	F	%	F
Substantiv	41,1	(227)	40,2	(107)	36,2	(254)	38,7	(588)
Verb	10,7	(59)	12,0	(32)	13,1	(81)	11,3	(172)
Adjektiv	16,7	(92)	15,0	(40)	11,5	(92)	14,7	(224)
Summa	68,5	(378)	67,3	(179)	60,8	(427)	64,7	(984)

Tabell 7 visar att substantiv, verb och adjektiv utgör 64,7 % av alla ord i rubrikerna i *BK*. Substantiven är 588 stycken och uppgår till 38,7 % av alla ord, verben är 172 stycken och andelen är 11,3 % av alla ord. Adjektiven är 224 stycken och av alla ord är 14,7 % adjektiv.

Kategori S har 68,5 % substantiv, verb och adjektiv av ordklasserna i kategorin. I H är 67,3 % av ordklasserna substantiv, verb och adjektiv. Den minsta andelen substantiv, verb och adjektiv har Ö. I denna kategori är 60,8 % av ordklasserna substantiv, verb och adjektiv.

Exempel från alla kategorier följer, och för varje kategori presenteras två rubriker från den kategorin. Substantiven kommer först, sedan verb och sist exempel på adjektiv:

- (40) Bland nejonögon, tagghudingar, näbbgäddor och dubbelsugare (7 Ö)
- (41) Diktaren Michelangelo (2 S)
- (42) Väv, trä och brodera (10 H)
- (43) Vet du hur tornugglan lurar sorken? (1 Ö)
- (44) Fluffiga jordgubbsmaränger och fräscha fläderbärspajer (7 H)
- (45) Grymma mord och magiska formler (2 S)

Ovan finns 6 exempel på hur ordklasserna ter sig i rubrikerna. Rubrikerna i exempel 40 och 41 är från kategori Ö respektive kategori S. I exempel 40 räknas det upp många arter från havet (bl.a. nejonögon och näbbgäddor). Den andra rubriken, exempel 41, är ett exempel på en substantivrik rubrik och det ena substantivet är ett personnamn (Michelangelo) (jfr avsnitt 4.3.3). De två följande exemplen är från kategori H och kategori Ö. Exempel 42 är ett bra exempel på en rubrik inom sin kategori för inom denna kategori handlar det ofta om att göra någonting (väv, trä, brodera). Exempel 43 ställer en fråga med sina verb (vet, lurar). De två följande exemplen är från kategori H och kategori S. Exempel 44 är ett utmärkt exempel på en rubrik inom sin kategori. Här vill *BK* ofta förstärka vad böckerna handlar om och locka till sig läsaren. Denna gång lindar de in tårtorna i adjektiv (fluffiga, fräscha) för att göra dem riktigt goda och lockande. Exempel 45 är det sista exemplet och här förstärker adjektiven (grymma, magiska) substantiven för att göra boken lockande. De ger en känsla om mystik, och rubriken gör att boken låter som en bra thriller.

Rubrikerna i kategori S är de rubriker som innehåller flest substantiv. De är 41,1 % av ordklasserna inom S, men rubrikerna i kategori H, vars andel är 40,2 % av ordklasserna inom kategorin, är inte långt från siffran i kategori S. Substantiven i kategori S och kategori H har en tämligen likadan fördelning, och de skiljer sig från kategori Ö vars siffra är 36,2 % substantiv av alla ordklasser. Verben i kategorierna är närmare varandra och särskilt inom kategori H och kategori Ö. Denna kategori (Ö) är den med flest verb, 13,1 % av ordklasserna är verb medan kategori H har 12 % verb av ordklasserna. Det finns 10,7 % verb i rubrikerna i kategori S. Flest adjektiv har kategori S med 16,7 % av

alla ord och kategori H följer med 15 % av alla ord. Adjektiven i kategori Ö är 11,5 % av orden, och talet är det lägsta inom de tre kategorierna.

Antagandet i början av avhandlingen var att det skulle finnas flest substantiv i rubrikerna och det stämmer. Adjektivens mängd är en överraskning. Enligt Åkermalm (1965: 24) följer verben efter substantiv i mängd medan det inte finns många adjektiv. I mitt material finns det fler adjektiv än verb i 2/3 av kategorierna. Endast kategori Ö har färre adjektiv än verb. Orsaken till de många adjektiven kommer från att de förstärker substantiven som de förklarar (se exempel 44 och 45). Då det handlar om tårtor lockar det läsaren om denna får veta lite mer om hur de är. När det handlar om skönlitteratur hjälper det att förstärka handlingen genom att kalla mordet boken handlar om för grymma. Leech (1973: 31) nämner att adjektiven är ett sätt att locka folk till sig i reklam. *BK* är ingen tidning i en vanlig mening, utan *BK* är även ett reklamblad för nya böcker som företaget hoppas att kunderna vill läsa, men framför allt köpa. Adjektiven hjälper till att ge mer information om böckerna.

Nordman (1995: 185–187; 1999: 214–216) har undersökt rubriker i vetenskapliga (VET), populärvetenskapliga (POP) artiklar, och i *Åbo Underrättelser* (ÅU). I vetenskapliga rubriker finns det 50,9 % substantiv medan de populärvetenskapliga rubrikerna har 43,2 % substantiv. Nordmans 43,2 % är en procent som substantiven i *BK* inte når. Där är den högsta procenten 41,1 % (kategori S) men detta är trots allt inte långt från POP rubrikerna som har 43,2 % substantiv. Verben i VET rubrikerna är 1,1 % och i POP rubrikerna 13,7 %. Om man bortser från VET är Ö (13,1 %) nära POP resultatet (13,7 %). Adjektiven i VET rubrikerna är 12,8 % och i POP är de 9,7 %. Här visar det att det finns mer verb än adjektiv i VET och POP rubriker vilket skiljer dem från rubrikerna i *BK* materialet (se tabell 7). I ÅU är substantiven 49,7 %, verben 13,6 % och adjektiven 9,4 %. Även denna tidning har fler substantiv och verb än *BK*. Adjektiven är återigen det som skiljer dem åt då *BK* har en större mängd adjektiv än verb vilket ÅU inte har.

Toikkanen (2003: 47) fann att 45,3 % av orden i *Vasabladets* rubriker är substantiv, 17,4 % är verb och att 9,4 % är adjektiv. Denna undersökning har fler verb än adjektiv,

och substantiven är 45,3%. Verben i Toikkanens undersökning är fler än verben i *BK* (se tabell 7), även substantiv finns det färre av i *BK* än i Toikkanens resultat. Westman (1974: 71, 81, 89) har undersökt ordklassanvändningen i bruksprosa. I tidningar är 27,30 % av alla ordklasser substantiv, verben är 16,74 % och adjektiven är 6,74 %. Andelen substantiv skiljer sig från Nordmans (1995, 1999) och Toikkanens (2003) resultat. En förklaring kan vara att Westman (1974) undersökte sina tidningar 20–30 år tidigare och att det hela tiden sker förändringar.

Det finns 38,7 % substantiv av alla ordklasser inom de tre kategorierna, verben är 11,3 % och adjektiven är 14,7 %. Substantiven är närmast Nordmans (1995: 185–187) resultat 43,2 % substantiv av ordklasserna inom POP. Verben (11,3 %) i mitt material är av jämförda undersökningarna närmast Nordmans (1999: 214–216) ÅU-andel 13,6 %. Adjektiven (14,7 %) är närmast Nordmans resultat för VET (12,8 %).

Vad som utmärker *BK* är att *BK* finns mellan dessa olika undersökningar gällande substantiven. Det finns fler verb än adjektiv i de tidningar som har undersökts av Westman (1974), Nordman (1995, 1999) och Toikkanen (2003). *BK* skiljer sig ur mängden med sin större andel adjektiv.

4.3.3 Egennamn

Egennamn i rubriker gör rubrikerna mer åskådliga och konkreta (Westman 1974: 74). Egennamn är först och främst namn på personer och orter. Men till denna kategori hör även namn på husdjur, himlakroppar, tidningar, varumärken, och institutioner. (Thorell 1973: 21.) I en tidning som handlar om böcker borde namn på författare och andra företeelser vara användbart. Tabell 8 visar förekomsten av egennamn inom de olika kategorierna.

Tabell 8. Egennamn i *BK*-rubrikerna.

Kategori	S	H	Ö	Totalt
	% F	% F	% F	% F
Andel av ord	8,0	0,7	3,7	4,7
Andel av substantiv	19,4 (44)	1,9 (2)	10,2 (26)	12,2 (72)

Tabell 8 visar att andelen egennamn för alla ord i rubrikerna är 4,7 %, och av alla substantiv är 12,2 % egennamn. Rubrikerna i kategori S har flest egennamn per ord med 8 %. Kategori H har 0,7 % medan kategori Ö har 3,7 % egennamn av alla ord. Rubrikerna inom kategori S har flest egennamn per substantiv med 19,4 %. Denna kategori har 44 egennamn. Kategori H har 1,9 % egennamn per substantiv, vilket motsvarar 2 stycken. Det finns 10,2 % egennamn per substantiv inom kategori Ö och det motsvarar 26 stycken.

Det finns olika sorters egennamn i rubrikerna. Tabell 9 visar personnamn, ortnamn och gruppen övriga.

Tabell 9. Personnamn, ortnamn och övriga egennamn i *BK*-rubrikerna.

Kategori	S	H	Ö	Totalt
	% F	% F	% F	% F
Personnamn	55,6 (40)	1,4 (1)	18,1 (13)	75,0 (54)
Ortnamn	2,8 (2)	1,4 (1)	15,3 (11)	19,4 (14)
Övriga	1,4 (1)	0 (0)	4,2 (3)	5,6 (4)
Summa	59,7 (43)	2,8 (2)	37,5 (27)	100 (72)

Det finns 54 personnamn i rubrikerna vilket utgör 75 % av egennamnen. Ortnamnen är 14 stycken (19,4 %). Övriga egennamn är 4 stycken (5,6 %). Kategori S har 40 personnamn (55,6 %). Kategori Ö har 13 personnamn (18,1 %) och kategori H har

minst personnamn med ett (1,4 %). Kategori Ö har 11 ortnamn (15,3 %) och de är flest i denna kategori. S följer med 2 stycken (2,8 %) och H har minst med ett ortnamn (1,4 %). Ö har 3 övriga egennamn, och S har ett av dessa som alla är namn på varumärken. I 51 rubriker finns det 72 egennamn. Exempel på alla tre grupper egennamn följer:

- (46) Maria och Arthur, Arthur och Maria
ÅRHUNDRADETS SVENSKA KÄRLEKSSAGA (6 S)
- (47) Samlat Lugn (6 Ö)
- (48) Stalins bok om Hitler (9 Ö)
- (49) Jamies matpoesi (8 H)
- (50) Paradiset på Österlen (8 H)
- (51) Slaget vid Korsun (8 Ö)
- (52) *Marabou*
Prinsens former (11 S)

Rubriken i exempel 46 är ett exempel på hur namn ter sig i rubrikerna i *BK*. Det är namnen på huvudpersonerna (Maria, Arthur) i boken som nämns och rubriken tillhör kategori S. Det skapar en kontakt med läsaren innan denna ens läst presentationen. Rubriken i exempel 47 är även den ett vanligt sätt att använda personnamn i en rubrik. Denna rubrik hör till kategori Ö och *Lugn* står för författaren på boken. Samtidigt är rubriken en lek med orden då det handlar om lugna dikter. Att använda sig av författarnamn är ett väl använt knep, för en läsare som känner till författaren kan vilja läsa mer av denna författare. Ett tredje sätt att använda personnamn i rubriker i mitt material finns i exempel 48. Här använder *BK* namn på historiska män (Hitler, Stalin). Exempel 49 och exempel 50 är rubriker som innehåller egennamn inom kategori H. Det ena egennamnet är namnet på författaren, och i detta fall är det den kända ”nakna kocken” *Jamie Oliver*. Det andra är namnet på en trädgård i *Österlen* där författaren har sin trädgård. Rubriken i exempel 51 handlar om Andra Världskriget, och om östfronten, och rubriken tar sitt namn därifrån. För att veta vad *Korsun* är behöver läsaren vara insatt i historia, olika fronter och slag. Men för de som inte är det är rubriken likväl intressant för en undran uppstår vad eller var *Korsun* egentligen är/finns? Namn i allmänhet är alltid intresseväckande i rubriker (Conon 1976: 42). Exempel 52 är från gruppen övriga. I *BK* är alla övriga egennamn namn på varumärken, och i exempel 52 är det varumärket *Marabou*.

Toikkanen (2003: 83–89) har undersökt egennamn i *Vasabladet* och hon fann att 6,9 % av alla ord är egennamn. Andelen egennamn per ord för alla rubriker i mitt material är 4,7 %, och detta är under Toikkanens resultat 6,9 %. Kategori H (0,7 %) och kategori Ö (3,7 %) har inte många egennamn rubrikerna och kommer inte upp till Toikkanens resultat. Men det gör däremot rubrikerna i kategori S med 8 % och de är till och med fler än Toikkanens resultat 6,9 %. Westman (1974: 73) har undersökt egennamn i tidningsrubriker och andelen egennamn är 2,9 % och andelen per substantiv 10,7 %. Kategori Ö med 3,7 % egennamn per ord är närmast Westmans resultat 2,9 % egennamn per ord, och kategori Ö (10,2 %) är även närmast med andelen egennamn per substantiv.

Undersökningen visar att det finns fler personnamn än ortnamn i rubrikerna. Av egennamnen är 75 % personnamn. Kategori S har flest personnamn, 55,6 %, kategori H har ett personnamn och kategori Ö har 18,1 %. Men S är den kategori där det är enklare att använda personnamn för läsare kan känna igen dem i denna kategori. Orsaken till personnamnen i kategori Ö är att kategorin ofta använder historiska namn. Kategori Ö har flest ortnamn med 11 stycken, 15,3 %, medan kategori S med två ortnamn är lik H som har ett ortnamn. Kategori Ö är den grupp rubriker som har nytta av ortnamn. Här nämns historiska platser eller fina resmål. Ortnamnen lockar mer i denna kategori. Visst kan man sätta ut platsen där en skönlitterär bok utspelas, men där är det inte verkligt.

Egennamn är inget som måste undvikas i rubriker. Den enda regeln som finns är att om man använder personnamn bör de vara kända så att läsaren känner igen dem (se 2.1.2). *BK* följer inte alltid reglerna men *BK* är ett undantag.

4.4 Rubrik- och ordlängd

En rubrik bör vara kort. Vetenskapliga rubriker får vara längre än t.ex. tidningsrubriker. Dock bör de inte ha mer än 12–15 ord. (Backman 1985: 24; Strömquist 1989: 128–9.) I tidningar är det oftast utrymmet som bestämmer hur långa rubrikerna är (Larsson 1992: 161). Tabell 10 presenterar hur många ord och bokstäver som det finns i *BK*s rubriker.

Tabell 10. Ord och bokstäver i *BK*-rubrikerna.

Kategori	S	H	Ö	Totalt
Ord	552	226	702	1520
Bokstäver	3210	1464	3727	8401

Tabell 10 visar att det totalt finns 1520 ord i rubrikerna, och 8401 bokstäver. I kategori Ö finns det flest ord, 702, och kategorin har flest bokstäver i sina rubriker, 3727. Kategori H har minst ord, 226 och minst antal bokstäver, 1464. Tabell 11 presenterar det genomsnittliga antalet ord och bokstäver som finns i rubrikerna.

Tabell 11. Det genomsnittliga antalet ord och bokstäver i *BK* -rubrikerna.

Kategori	S	H	Ö	Totalt
Ord/rubrik	4,6	3,6	4,4	4,3
Bokstäver/rubrik	27,0	19,8	23,4	23,3

Tabell 11 visar att skillnaderna mellan hur många ord rubrikerna i de tre kategorierna har inte är stora. Rubrikerna inom kategori S har flest ord per rubrik (4,6), sedan följer Ö (4,4). Rubrikerna inom kategori H har minst antal ord per rubrik (3,6). Kategori S har flest bokstäver i sina rubriker (27), följt av kategori Ö (23,4) och kategori H (19,8). Exempel på långa och korta rubriker följer:

- (53) **Det började som ett äventyr...** (2 S)
Läs om den okände fotografen på Andreexpeditionen
- (54) Succédebut (11 S)
- (55) Hur kan ett frö veta att det ska bli en morot? (2 H)
- (56) Högtidsmat (3 H)
- (57) Petri stol (5 Ö)

Rubriken i exempel 53 är en av rubrikerna med flest ord i sig i materialet. Den består av 12 ord och 66 bokstäver. För det exemplet med flest bokstäver se ex. 16. Exempel 53

och exempel 54 är rubriker från kategori S. Exempel 54 innehåller ett ord och består av 10 bokstäver, och det är den kortaste rubriken i kategori S. Rubrikerna i exempel 55 och 56 är från kategori H. Exempel 55 är den längsta rubriken inom denna kategori och består av 11 ord och 35 bokstäver. Den kortaste rubriken är exempel 56 som består av ett ord och 10 bokstäver. För den längsta rubriken i kategori Ö se exempel 13. Den rubriken består av 12 ord och 50 bokstäver. Den rubrik som innehåller minst antal bokstäver i kategori Ö är exempel 57. Den har 2 ord och 9 bokstäver, och är den rubrik som är den kortaste i hela materialet. Variationsvidden mellan kategorierna är inte stor vid ord per rubrik, eller vid det lägsta antalet bokstäver per rubrik. Skillnader mellan kategorierna finns i det högsta antalet bokstäver. S har som mest 68 bokstäver, H har 50 och Ö har som mest 84.

Nordman (1995: 184) har undersökt ord och bokstäver i vetenskapliga och populärvetenskapliga rubriker. Rubrikerna i de vetenskapliga artiklarna är längre med 8,0 ord/rubrik och 58,9 bokstäver/rubrik, medan de populärvetenskapliga rubrikerna har 6,0 ord/rubrik och 34,5 bokstäver/rubrik. Hon räknar inte mellanslag mellan ord. Då Nordman (1999: 211) undersökte tidningsrubriker, ÅU, fann hon att orden är 4,6 ord/rubrik. Den kortaste rubriken har ett ord och den längsta har 9 ord. Kategori S (4,6 ord/rubrik) har samma antal ord/rubrik som ÅU. Nordmans (1995: 184) vetenskapliga och populärvetenskapliga rubriker har fler ord än kategori S (4,6 ord/rubrik), H (3,6 ord/rubrik) och Ö (4,4 ord/rubrik). Nordman (1999: 211) har inte undersökt bokstäver i ÅU rubriker. Jämförelsen med Nordmans (1995: 184) andra undersökningen visar att populärvetenskapliga och vetenskapliga rubriker innehåller fler bokstäver än mitt material. Kategori S har det högsta antalet med 27 ord/rubrik. Toikkanen (2003: 41) har undersökt *Vasabladets* rubriker, och fann att rubriklängden i genomsnitt är 4,8 ord/rubrik. Den kortaste rubriken har ett ord och den längsta 9 ord. I mitt material är kategori S (4,6) den kategori som är närmast Toikkanens resultat 4,8. De längsta rubrikerna i mitt material har 12 ord i sig, vilket är mer än Toikkanens (2003: 41) och Nordmans (1999: 211) längsta resultat (för alla rubriker) på 9 ord.

Alla kategoriernas genomsnittliga antal ord i mitt material är 4,3 ord/rubrik och de innehåller 23,3 bokstäver/rubrik. Det är under Toikkanens (2003: 41) resultat 4,8 och

Nordmans (1995: 184; 1999: 211) resultat 4,6 ord/rubrik i ÅU och 34,5 bokstäver/rubrik i populärvetenskapliga rubriker.

4.5 Månadens bok

I detta avsnitt jämför jag MB-rubrikerna (Månadens bok) med övriga rubriker i materialet. MB-rubrikerna har mer utrymme och de är längre än rubrikerna i det övriga materialet (se bilaga 1, 2 och 3). Det finns 12 MB-presentationer, och 10 av dessa presentationer har två rubriker medan 2 av presentationerna har en rubrik. MB har i 10 nummer en rubrik på den första sidan då man öppnar tidningen, och där står det kort om Månadens bok. På följande sida finns presentationen av boken och en till rubrik. Men i två av tidningarna finns ingen rubrik då presentationen börjar på första sidan och därför finns det ingen rubrik på följande sida. Sammanlagt finns det 22 rubriker.

4.5.1 Rubriksyntax och rubriktyper i delmaterialet

I tabell 12 presenteras resultaten för fullständiga satser, och satsfragment i MB. Om rubrikerna består av huvudrubriker, eller huvudrubriker med darrad eller underrubrik visas i tabell 13.

Tabell 12. Rubriksyntax i Månadens bok (MB).

Rubriker	Totalt
Fullständiga satser	54,2 (13)
Satsfragment	45,8 (11)
Summa	100 (24)

Tabell 12 visar att det finns två rubriker i MB som består av både en fullständig sats och ett satsfragment (se ex. 58). På grund av detta är rubrikerna 24 stycken. De fullständiga

satserna är 54,2 % vilket betyder 13 stycken, och satsfragmenten är 45,8 %, vilket betyder att de är 11 stycken.

(58) **Roligt, charmigt och överraskande!**

Jonas Hassen Khemiri har skrivit vårens klurigaste roman (3 S)

(59) Montecore är en magnifik roman och fullkomligt bedräglig (3 S)

(60) Konservativ och modern, ensling och kvinnokarl (12 S)

Exempel 58 är en av två rubriker som innehåller både en fullständig sats och ett satsfragment. Exempel 59 är en fullständig sats, och den form som är mest framträdande i MB. Rubriken i exempel 60 är ett satsfragment, som räknar upp ord genom att kontrastera.

MB-rubrikerna har fler fullständiga satser än satsfragment, och detta skiljer dessa rubriker från de övriga rubrikerna i materialet. I de övriga rubrikerna är de fullständiga satserna i medeltal 29,2 % medan 70,8 % är satsfragment. I MB-rubrikerna är 54,2 % av rubrikerna fullständiga satser. En orsak kan vara att MB-rubrikerna är längre, och att det finns plats för subjekt och predikat. I jämförelsen med kategori S visar denna ingen närmare likhet med MB-rubrikerna då de fullständiga satserna i kategori S är 33,3 %.

Det finns en mindre variation i MB-rubrikerna. MB har inga enskilda frågerubriker och utropsrubriker. Det finns 5 citatrubriker och 5 två rubriker i en i MB. I MB-materialet finns det 3 rubriker som slutar med tre punkter. Exempel på dessa rubriker från MB är:

(61) Manuskriptet låg gömt i över 60 år – idag är boken en litterär sensation!

Ulrika Knutson har läst en roman som förtjänar klassikerstatus (5 S)

(62) ”Hennes bästa roman hittills” (8 S)

(63) Att kliva ner i en isvak utan avsikt att ta livet av sig ... (9 S)

MB-rubrikerna har inte lika många rubriktyper som de övriga rubrikerna i materialet (se 4.2). Exempel 61 är av sorten två rubriker i en (se avsnitt 4.2.2), och exempel 62 är en av citatrubrikerna i MB. Det sista exemplet, 63, är en rubrik som slutar med tre punkter.

I det övriga materialet har S flest rubriker av kategorin två rubriker i en (6), och i MB är antalet 5. Rubrikerna i MB är långa, och mer kan sägas i tvåstegsrubriker. Kan det vara

så att *BK* vill säga mer med skönlitterära rubriker, och detta med ord stället för sammansättningar som i kategori H (se ex. 4). Citat, som MB har 5 av, är sätt att citera författaren, eller den som presenterar boken. Citatet i ex. 62 kan tänkas ge köparen, och läsaren, en extra knuff då boken beskrivs som författarens bästa hittills. Kategori S är den kategori med flest citat (11). I skönlitterära rubriker har *BK* tendens att citera.

Tabell 13 visar hur många enkla huvudrubriker och hur många tvåstegsrubriker som finns i delmaterialet.

Tabell 13. Rubrikform i MB.

Rubriker	Procent / Antal	
Huvudrubriker	77,3	(17)
Tvästegsrubriker	22,7	(5)
Summa	100	(22)

Tabell 13 visar att andelen huvudrubriker är 77,3 % och andelen tvåstegsrubriker är 22,7 %. Det är 17 stycken huvudrubriker och 5 tvåstegsrubriker. För ett exempel på en tvåstegsrubrik se exempel 61 som består av en huvudrubrik och en underrubrik. Ett exempel på en huvudrubrik är exempel 63.

I jämförelsen med den skönlitterära kategori S, som har 10,9 % tvåstegsrubriker, visar att denna ligger närmare MB-rubrikerna (77,3 %) än vad H (100 %) och Ö (98,7 %) gör. Procenten för alla rubriker i det övriga materialet är 95,7 % huvudrubriker vilket är mer än MB-rubrikernas 77,3 %. MB har fler tvåstegsrubriker än de övriga rubrikerna i materialet, och detta förklaras åtminstone delvis av det större utrymme som MB-rubrikerna ger (se bilaga 1, 2 och 3).

4.5.2 Rubrik- och ordlängd i delmaterialet

MB-rubrikerna har ofta rubriker som sträcker sig över två hela sidor (se bilaga 1, 2). Tabell 14 visar längden på rubrikerna och hur många bokstäver som finns i rubrikerna.

Tabell 14. Det genomsnittliga antalet ord samt bokstäver i MB-rubrikerna.

Ord och bokstäver	Antal
Ord/rubrik	11,3 (248)
Bokstäver/rubrik	54,0 (1189)

I genomsnitt är ord per rubrik 11,3 och bokstäver per rubrik är 54,0. Det finns 248 ord i rubrikerna och 1189 bokstäver. (Se tabell 14.) Den längsta rubriken i MB är 23 ord lång och innehåller 97 bokstäver (se ex. 64). Den kortaste rubriken i MB innehåller 3 ord och 26 bokstäver (se ex. 65).

(64) Vad längtade de efter? Vad drömde de om? Vad var de stolta över? Vad skämde de för?

Han gör antikens människor levande igen (2 S)

(65) Kärleksfullt och träffsäkert (1 S)

Den längsta rubriken i MB innehåller 23 ord (se ex. 64). I det övriga materialet är det S som har de längsta rubrikerna (4,6 ord/rubrik). De längsta rubrikerna som det övriga materialet har innehåller 12 ord (se avsnitt 4.4). MB har 11,3 ord/rubrik vilket gör att detta tal är nära det tal för de längsta rubrikerna som finns i det övriga materialet. Medellängden för rubrikerna i det övriga materialet är 4,3 ord/rubrik och rubrikerna innehåller 23,3 bokstäver/rubrik. MB som har 11,3 ord/rubrik och 54 bokstäver/rubrik har längre rubriker, och fler bokstäver än medeltalet för de övriga rubrikerna. MB-rubrikerna är skönlitterära, och om de hade lagts in i kategori S skulle kategorin ha fått en högre medellängd för rubrikerna.

4.5.3 Ordklasser i delmaterialet

Undersökningen i avsnitt 4.3 visar att rubrikerna i materialet innehåller flest substantiv följt av adjektiv och verb. Tabell 15 visar hur många substantiv, verb, adjektiv och som finns i MB-rubrikerna.

Tabell 15. Förekomsten av substantiv, verb och adjektiv i MB-rubrikerna.

Ordklasser	%	F
Substantiv	25,8	(64)
Verb	11,6	(29)
Adjektiv	16,1	(40)
Summa	53,6	(133)

Det finns sammanlagt 133 substantiv, verb och adjektiv i MB-rubrikerna. Av alla ord utgör substantiv, verb och adjektiv 53,6 % (se tabell 15). Substantiven finns det flest av (64) och de är 25,8 %. Sedan följer adjektiven (40) som är 16,1 %. Sist är verben (29) vars andel är 11,6 %. Av substantiven är 25 % egennamn, och av alla ord är 6,5 % egennamn. Av rubrikerna innehåller 8 stycken sammanlagt 16 egennamn. Av dessa är 13 personnamn, och 3 ortnamn. Tre exempel från MB-rubrikerna visar substantiv, verb, adjektiv och egennamn.

(66) Sagan om drottning Kristina (4 S)

(67) Den brutala sanningen om den okände Mao Tse-tung (6 S)

(68) Mord och förgänglighet på vindpinad ö utanför Cornwalls kust
Hur skall det gå för Adam Dalgliesh? (7 S)

I exempel 66, 67 och 68 finns det personnamn (Kristina, Mao Tse-tung och Adam Dalgliesh) och i exempel 68 finns det ett ortnamn (Cornwall). Exempel på substantiv (sagan, sanningen, mord) finns i alla tre exempel. I exempel 67 finns det adjektiv (brutala) som får rubriken att låta grym. *BK* skulle ha kunnat skriva "Sanningen om

Mao Tse-tung”, men detta skulle inte ha gett samma känsla om hans person. Sist finns det exempel på olika verb (skall, gå) i exempel 68.

Substantiven i MB-rubrikerna (25,8 %) är inte lika många som det övriga materialets andel 38,7 %. Verben däremot har nästan samma procent då det i det övriga materialet finns 11,3 % verb och MB 11,6 % verb. Adjektiven i detta delmaterial är 16,1 % och det är nära kategori S som har 16,7 % adjektiv. Medeltalet för det övriga materialet för adjektiv är 14,7 %, och det är lägre än andelen adjektiv i MB (16,1%).

Orsakerna till den mindre andelen substantiv kan vara många. En orsak beror på de fler fullständiga satserna. Formord som *en* och *det* utelämnas gärna i rubriker (Åkermalm 1965: 24), men här används formorden (se ex. 67). Pronomen och konjunktioner används också i dessa rubriker. Småord har plats i MB-rubrikerna men inte alltid i de kortare rubrikerna i det övriga materialet. Conon (1973: 144) har sagt att ett av de viktigaste kännetecknen för rubrikspråk är att just formord och infinitivmärke saknas. En slutsats av detta är att MB-rubrikerna är något annorlunda, och inte alltid kännetecknade för rubrikspråket. Utrymmet som de har gör att rubrikerna följer sina egna regler.

Egennamnens andel i denna del är högre än i det övriga materialet. I MB-rubrikerna är 25 % av substantiven egennamn medan de i det övriga materialet är 12,2 %. Dock har kategori S 19,4 % egennamn. Vilket visar på att *BK* använder sig av egennamn när man presenterar skönlitteratur. En orsak till detta är att författarna för skönlitteratur oftast är mer kända än en författare som skrivit en bok om pilates. Med skönlitteratur kan *BK* sätta ut författarens namn i rubriken, och man vet att många känner igen författaren då det är folk som gillar böcker som får medlemstidningen. *BK* kan även använda sig av namn på personer i själva böckerna för i många fall känns även de igen. Det finns fler personnamn än ortnamn i MB. Personnamnen är 13 stycken och detta visar att de är mer använda i denna grupp rubriker än ortnamnen (3). Även i det övriga materialet är det kategori S som har flest personnamn (40). Med ortnamn är det annorlunda för de kan användas för olika böcker. De behöver inte kännas igen på samma vis.

5 LÄSBARHET I BOKPRESENTATIONERNA

I detta kapitel undersöker jag läsbarhet i 36 presentationer från *BK*. Jag jämför MBs presentationer (12 stycken) med övriga presentationer (24 stycken) från medlemstidningen. Jag undersöker om det finns skillnader mellan de längre presentationerna och de kortare presentationerna. Antagandet är att de längre (MB) har högre lix, då de oftast är skrivna av litteraturkritiker och kulturjournalister, och kan därmed antas vara annorlunda stilistiskt.

5.1 Meningslängden i bokpresentationerna

En lång mening är svår att hålla samman, och läsbarhet påverkas av för långa meningar. Variation är viktigt då detta ger bra rytm, som spelar en roll vid läsbarhet. På samma sätt som långa meningar inverkar på läsbarhet inverkar även korta meningar. Läsaren störs om det finns alltför många korta meningar då det gör att texten läses långsammare. Rytmen tar skada och förståelsen blir sämre. Men meningslängden är dock något som får variera beroende på gruppen som texten är avsedd för, och till exempel genomsnittspubliken är en grupp som man inte skall skriva för korta meningar åt. (Platzack 1974: 111–112, 117; Liljestränd & Arwidson 1989: 81–83.) Cassirer (2003: 66) konstaterar att de som skriver reklam nuförtiden försöker skriva så enkelt som det går, vilket ger korta meningar. Cassirer säger att det gör att reklamen inte alls blir lättläst eller lockande.

De 12 längre presentationerna i materialet omfattar 10 103 ord och 650 meningar. Medellängden för meningarna är 15,5 ord per mening. De övriga presentationerna, som valts ut från materialet omfattar 24 presentationer, som består av 4122 ord och 249 meningar. Den genomsnittliga meningslängden är 16,6. (Se tabell 16.) Antalet ord i presentationer i MB och det övriga materialet varierar. Vissa presentationer har fler ord än andra. Den längsta av MB-presentationerna har 1198 ord och den kortaste av dem har 610 ord. Den längsta presentationen från de övriga presentationerna har 248 ord och den kortaste har 91 ord.

Tabell 16. Antalet meningar, ord och den genomsnittliga meningslängden i presentationerna för MB och övriga presentationer.

	Ord	Meningar	Genomsnittlig meningslängd
Månadens bok (12)	10 103	650	15,5
Övrigt material (24)	4122	249	16,6
Summa	14 225	899	15,8

Meningarna i de längre MB-presentationerna är kortare än de i övriga presentationerna (se tabell 16 och bilaga 1, 2 och 3). Nedan finns några exempel på meningar. De två första är från det övriga materialet, och de två senare är från MB:

- (69) Den består av *Katter*, som kom på svenska första gången 1968, och som bland annat innehåller skildringen av katterna på den afrikanska farmen, och den klassiska historien om maktkampen mellan de båda utsökt vackra honkatterna Grå katten och Svarta katten, *Rufus*, berättelsen om en okuvlig katt och El Maginfico, som handlar om Doris Lessings senaste och kanske mest älskade katt. (2 P S)
- (70) Värmebölja. (12 P S)
- (71) Absolut. (11 MB S)
- (72) Naturligtvis skulle hon leva ståndsmässigt som det anstod en furstinna av blodet och berättelserna om hur hon försöker viga pengar av allt från den svenska riksdagen – som motvilligt gav henne ett med normala mått mätt enormt underhåll, dock ej tillräckligt för hennes behov – till utländska furstar är synnerligen underhållande läsning. (4 MB S)

Ovan finns fyra exempel på långa meningar (ex. 69 och 72) och korta meningar (ex. 71 och 70) i presentationerna. Exempel 69 består av 60 ord och det är den längsta meningen från det övriga materialet. Exempel 70 är den kortaste meningen från de övriga presentationerna i materialet. Exempel 71 är från en MB-presentation, och innehåller ett ord. Exempel 72 är inte den längsta meningen i MB. Det finns en längre mening i medlemstidning 6/06 och den meningen har 55 ord, men då det handlar om läsbarhet är just den meningen mer förståelig än exempel 72. Detta exempel som består av 52 ord, och som har en lång sats inne i meningen vilket försvårar förståelsen. Då läsaren läst just den delen av meningen kommer läsaren till satsen som hör ihop med början, och här kan läsaren tappa bort sig eller undra hur allt hängde ihop.

Nordman (1992: 31–32) har undersökt olika områden inom fackspråk. De längsta meningarna finns i juridiken som har 21,5 ord/mening. De kortaste meningarna finns i lingvistikerna som har 14,2 ord/mening. Westman (1974: 56) har undersökt tidningstexter och för dessa fick hon resultatet 13,13. För texter av debatt typ är resultatet 19,01 och för broschyrer är resultatet 12,55. Båda resultaten är för höga eller för låga för att passa in på *BK*-resultaten 15,5 och 16,6. Liljestrand och Arwidson (1989: 82) nämner att meningar bör vara ca 15–30 ord långa, men detta beror på texten och vilken effekt skribenten vill uppnå. I mitt material varierar meningslängden i MB-presentationerna från 12,9 till 19,4. I det övriga materialet är variationen 13,9 till 20,9.

Björnsson (1968: 134, 150) säger att meningslängden bör ligga på runt 16 ord/mening. Det ger en önskad variation som är det viktiga i meningar, men han menar inte att man skall försöka skriva alla meningar runt 16 ord. Björnsson påpekar vidare att kortare meningar är att föredra framför längre meningar då läsare upplever de kortare som lättare. I undersökningen av tidningstexter fick han resultatet 16 ord/mening för dagstidningar (bl.a. *Svenska Dagbladet* och *Expressen*), och 12 ord/mening för veckotidningar (bl.a. *Vecko Revyn* och *Femina*). Han nämner att *Svenska Dagbladet* är en mer prestigefylld tidning än *Expressen*, som ofta förenklar språket. (Björnsson 1968: 105.)

Mina resultat (15,5 och 16,6 ord/mening) liknar resultaten för dagstidningar (16 ord/mening) (Björnsson 1968: 105). Den genomsnittliga meningslängden i materialet håller sig till reglerna för hur långa, eller korta meningar bör vara (se avsnitt 3.1). Men variationerna är ibland stora, och presentationer som har lika många ord kan skilja sig åt när det kommer till meningslängden.

5.2 Andelen långa ord

Långa ord är för det mesta svåra ord, och en text med många långa ord är en text som är svår att läsa och förstå. På grund av detta är långa ord något som tas med när läsbarhet

uträknas. De långa orden är av mer intresse än medellängden för alla ord. (Björnsson 1968: 35.) Antalet och andelen långa ord visas i tabell 17.

Tabell 17. Antalet och andelen långa ord i presentationerna.

	Långa ord %	
Månadens bok	2526	(25)
Övrigt material	1191	(29)

Som framgår av tabell 17 är 25 % av orden i MB-presentationerna långa ord, medan motsvarande andel i det övriga materialet är 29 %. De långa orden i MB är 2526 mot 1191 i det övriga materialet.

I Hellspongs och Ledins (1997: 71) undersökning är de långa orden 40 % i platsannonser. Något mindre har bruksprosa med 30 %. De långa orden visar på att texten är mer specialiserad då ovanliga ord och mer avancerade bildningar lätt blir långa. Dessa *fackord* skiljer sig åt från *allmänorden*. Nordman (1992: 52) nämner att ord är längre i offentliga och officiella texter än i tidningstexter. Nordman nämner vidare att enkla berättande texter har kortare ord än texter som koncentrerar sig på fakta. De långa orden i mitt material (25 % och 29 %) är under Hellspong och Ledins (1997: 71) resultat för platsannonsernas (40 %) men desto närmare medelvärdet för bruksprosa (30 %).

Björnsson (1968: 134) rekommenderar att texter har en procent långa ord som ligger mellan 20 och 30, eller för att vara mer exakt 24. Detta gäller texter som riktas till allmänheten. Texter för yngre personer bör ha lägre tal, och texter som vänder sig till någon speciell fackgrupp får ha högre tal. Eftersom *BK* vänder sig till en heterogen grupp som tycker om läsning är det fråga om en grupp som kan klassificeras som "allmänheten". Andelen långa ord (25 % / 29 %) tyder på att texterna i mitt material inte är svåra att läsa, men det tyder också på att antagandet om svårighetsgraden mellan de olika presentationerna är fel. Det övriga materialet har fler långa ord och det gör dem

mer svårlästa än presentationer som MB använder sig av. Hur det kommer sig blir åter ett antagande. De korta presentationerna har mindre utrymme och här tar man kanske därför in långa ord som förklarar mer, eller använder sammansättningar eller långa beskrivande adjektiv.

De kortaste orden som finns i texterna är *i* och andra småord. Exempel på längre ord är *industrinationernas* som består av 19 bokstäver (BK 6/06), *bästsäljarförfattare* som består av 20 bokstäver (BK 1/06) och *självständighetslängtan* som består av 23 ord (BK 4/06). Sedan finns det även långa namn som nämns många gånger i en text. Ett exempel är *Politskovkaja* som nämns tre gånger i en kortare presentation (BK 1/06). De nämnda långa orden är inte särskilt svåra att förstå. Ett längre ord som kan tolkas som svårare än de ovannämnda är *estetikprofessorerna* (BK 1/06) som består av 20 bokstäver. Andra långa svåra ord som finns är *taknocken* (BK 11/06), *assimilerad* (BK 5/06), *nomenklaturens* (BK 2/06), *hermafrodit* och *androgyn* (BK 4/06) och *neurasteni* (BK 3/06) och dessa är fackord. De är alla ord som är längre än 6 bokstäver och exempel på hur ord blir svårare ju längre de blir. Men regeln är inte att alla långa ord är svåra utan att det i texter som är svåra finns fler långa ord. Ett svårt kort ord som finns är exempel 72, *vigga*, som har 5 bokstäver och det är ett ord som inte alla nödvändigtvis känner till. BK-presentationerna har visat att de är något av ett medelvärde och därför inte för svåra att förstå. Dock drar långa ord ner på tempot i texten. Detta tröttar ut läsaren om det händer ofta och texten blir trög, vilket påverkar förståelsen och läsningen även om själva orden är enkla att förstå. (Jfr Nordman 1992: 57.)

5.3 Lix

Med hjälp av meningslängden + långa ord kan man räkna ut läsbarhetsindex, lix, för en text, och detta visar hur läsbar en text är. Talet man får vid uträkningen avrundas till närmaste heltal. (Björnsson 1968: 66, 87.) Tabell 18 visar lix-värdet för presentationerna i BK.

Tabell 18. Lix-värdet i presentationerna.

	Lix
Månadens Bok	41
Övrigt material	45

Tabell 18 ovan visar de sammanräknade lix-värdena för presentationerna. MB har lix 41 och det övriga materialet har lix 45.

För det övriga materialet varierar lix från 33 till 58. I MB varierar lix från 31 till 47. MB-presentationerna är ungefärligt lika långa medan de övriga varierar. Vilket kan vara en förklaring till större variation. Det högsta lix-värdet 59 finns i det övriga materialet och det lägsta lix-värdet 31 finns i MB.

I Björnssons (1968: 89, 110) tolkning är presentationen i det övriga materialet, som har lix 58, en svår text just på gränsen till mycket svår text. Medan MB-presentationen som har lix 31 är en lätt text. Presentationen med lix 58 kan tolkas som facklitteratur med denna gränsdragning, medan den lätta texten med lix 30 kan tolkas som barn- och ungdomslitteratur. Men de här två presentationerna är undantag. MB har 5 presentationer med lix under 40. De 6 andra MB-presentationerna är mellan 41 och 47. Det övriga materialet har 8 presentationer med lix över 50. Det finns 4 presentationer med lix under 40, och de övriga 12 är mellan 41 och 47.

Presentationen med det lägsta lix-värdet 31 är skriven av författaren Henning Mankell. Lix-värdet för skönlitteratur är satt vid 33, men spridningen är 23 till 43 (ibid. 94). På grund av detta kan denna presentation tolkas som en skönlitterär text. Det lägsta lix-värdet i det övriga materialet är lix 33, och närmast efter det är lix 37. Lix 33 finns i en presentation som behandlar en skönlitterär bok, och början av presentationen är klart skönlitterär och kunde ha varit tagen ur själva boken.

Presentationen med det högsta lix-värdet i det övriga materialet har lix 58 och består av 5 meningar, och en av meningarna tar upp $\frac{1}{4}$ av texten (se ex. 69). Även de övriga

meningarna i denna text är långa. Den andra presentationen som har lix-värdet 57 har också långa meningar som tar upp det mesta av texten (se ex. 15). Den presentation som har högst lix-värde i MB är en presentation om en biografi. Denna presentation har lix 47, och då den tar upp detta ämne tenderar den att bli mer faktsäckad än skönlitterär. Gränsen för saklitteratur är satt vid 47 så detta passar på sätt och vis in (Björnsson 1968: 110). Den andra presentationen med lix-värdet 47 är om en vanlig skönlitterär bok, men stilen här är inte lika skönlitterär som i Mankells presentation.

I MB är de presentationer som har lägst lix skrivna av författarna själva. Andra korta presentationer som är nära siffrorna är skrivna av en förläggare och en författare, som även är kulturjournalist. Den med högst lix är skriven av en litteraturkritiker. Då jag räknar ihop lix-värdet för texterna som är skrivna av författarna själva är lix 35, och de som är skrivna av kritiker har värdet 43. Det är en skillnad på hur kritikerna skriver om böcker och hur de med en mer skönlitterär ådra skriver om böcker. Deras passar in för de gränser som har satts när lix räknas ut för böcker, medan de andra mer passar in för lix-värdet som återfinns i dags- och veckopressen (Björnsson 1968: 110).

Medeltalet för presentationerna i MB och de övriga är 41 och 45. Texterna har en medelmåttig svårighetsgrad och de passar in på lix-värdet som har satts för dags- och veckopress. Skillnader finns mellan dags- och veckopress, för dagspressen har medellix 47 och veckopressen har värdet 35. Medellix är 40. (Ibid. 89, 107, 110.) MB-presentationerna står mellan de två talen. De övriga presentationerna i materialet är närmare dagspressens stil. Saklitteratur är den prosa som vänder sig till allmänheten. MB-presentationerna kan tolkas som en form mellan skönlitteratur och dags- och veckotidningsspråk. De övriga presentationerna är närmare saklitteraturen. Det nämns dock att dags- och veckopress stilen är en blandning mellan skönlitteratur och saklitteratur, och detta torde förklara en hel del. Det är tidningar som består av en mängd olika sorters artiklar som hör hemma på olika områden. (Björnsson 1968: 97–98.)

För en jämförelse ser jag hur andra undersökningar om hur lix har sett ut. I Nordmans (1992: 242) undersökning nådde lingvistik lix 46, medan kommunikation nådde det

högsta med medellix 55. Juridik, ekonomi, data och el har alla medellix 50 eller högre, vilket gör dem till svåra texter. De är texter som är svårare och de bör ha högre lix än vad presentationerna i *BK* har, vilket de också har.

Det finns en skillnad mellan presentationerna, och antagandet om att MB-presentationerna har högre lix stämmer inte. Med denna tolkning av lix är de övriga presentationerna i materialet svårare att läsa och förstå. De må vara kortare men det betyder inte alltid enklare om det finns många långa meningar och sammansättningar.

5.4 LOM

LOM uppkom genom kritik mot Björnssons lix. De ger ungefärligt samma värden men LOM är lättare att räkna ut då man endast räknar långa ord och meningar. Då lix stiger ökar även LOM. (Vallhov 1970: 202–245.)

Följande tabell (19) presenterar LOM-värdet för MB-presentationerna och presentationerna från det övriga materialet.

Tabell 19. LOM-värdet i presentationerna.

	LOM
Månadens bok	3,9
Övrigt material	4,8

Tabell 19 visar att MB har LOM 3,9, och det övriga materialet har LOM 4,8. LOM varierar i MB. Det lägsta LOM-värdet har den presentation som har lägst lix. LOM är i den presentationen 2,3. I MB finns det två presentationer med lix 47. LOM i de två presentationerna är 5,3 och 5,1, och det är de högsta LOM-värdena i MB-presentationerna. De två värdena skiljer sig åt även om lix-värdet är det samma. Den ena presentationen handlar om en biografi över Mao, och är mer faktsäckad och det är

den som har högre LOM. Den andra presentationen är en presentation över ett skönlitterärt verk och är skriven av en litteraturkritiker. Orsaken till varför LOM-värdena varierar beror på hur många meningarna är eller om en av texterna har använt fler långa ord. Skillnaderna börjar då den längre har en meningslängd på 19,4 och den andra en längd på 17,3. Den med högre LOM har ett lägre värde längre ord än den andra. Ett värde som gör att de får samma lix men inte samma LOM. I det övriga materialet är det lägsta LOM-värdet 2,6 och återfinns i den presentation som har lägst lix. Det högsta LOM-värdet är 8,4 och återfinns i den presentation som har det högsta lix-värdet 58.

I Nordmans (1992: 242–3) undersökning är LOM-värdet för lingvistik 4,5 och det är den text som har lägst lix med 46. I mitt material är det det övriga materialet som har högst medellix med 45, och ett LOM-värde på 4,8 vilket skiljer sig från Nordmans resultat. Hon har högre lix-värde men lägre LOM-värde än vad min undersökning visar. Orsaken är att presentationerna ibland skiljer sig åt vilket höjer LOM-värdet. De ovanligt långa meningarna som presentationerna ibland har i jämförelse med orden höjer talen. De här presentationerna har en aningen korta textavsnitt jämfört med MB-presentationerna och därför torde det vara de senare som stämmer bättre med LOM och lix.

6 SAMMANFATTNING

Syftet med denna undersökning har varit att undersöka rubriker i medlemstidningen *Böckernas Klubb*, *BK*. Det andra syftet med undersökningen har varit att undersöka läsbarhet i bokpresentationer i *BK*. Rubriker är intressanta och de är det första som läsaren ser. Därför har jag undersökt om det finns någon speciell typ av rubrik som förekommer ofta, om rubrikerna är korta och om någon ordklass dominerar i materialet.

Materialet består av 374 rubriker, och 36 bokpresentationer från 12 nummer. Av rubrikerna tillhör 22 stycken den grupp av rubriken som heter Månadens bok, *MB*. Dessa rubriker har mer utrymme och tillhör den viktigaste boken i medlemstidningen. (Se bilaga 1 och 2.)

Jag har använt mig av kvantitativa, kvalitativa och komparativa metoder då jag undersökt rubrikerna och presentationerna. Jag har använt mig av kvalitativ metod vid diskussion och analys av rubrikregler. Jag har använt komparativ metod då jag jämfört inom tidningen och med andra undersökningar. Kvantitativ analys har använts då jag räknat ordklasser, rubriker, ord, bokstäver och meningar.

Jag delar in böckerna i tre litteraturkategorier. Den första kategorin är skönlitteratur (*S*) och har 119 rubriker. Den andra kategorin är hobbykategorin (*H*) och har 74 rubriker. Den tredje kategorin är en blandad kategori (*Ö*) och består av faktaböcker, fågelböcker och annat som inte benämns som hobby eller skönlitteratur. Denna sista kategori är den största med 159 rubriker.

Handböcker ger många råd om hur rubriker bör se ut. Råden är oftast för journalister eller för vetenskapliga arbeten. Men *BK* följer likväl några av råden till en viss grad. Till exempel är rubrikerna korta, och i typsnitt och stil skiljer de sig från resten av texten.

Min undersökning visar att rubrikerna i *BK* till största delen består av satsfragment, och det är kategori *H* som har flest. Det finns en skillnad mellan de här rubrikerna och de

rubriker som hör till Månadens bok, MB. I MB finns det fler fullständiga satser än satsfragment.

Till största delen består rubrikerna i *BK* av rubriker som inte har något skiljetecken efter sig. Av de rubriker med skiljetecken är det utropsrubrikerna som det finns flest av. Kategori H har flest av dessa. MB använder sig inte av utropsrubriker. Frågerubrikerna följer efter utropsrubrikerna, men inte heller frågerubriker finns i MB. De flesta frågerubriker finns i kategori Ö, och av de olika skiljetecknen i denna kategori är det frågerubriker som dominerar. Nästa grupp är citaten och inom kategori S är detta de skiljetecken vars antal är störst. Kategori H använder inte av citat. MB har många citat i sina rubriker. Den sista gruppen är rubriker som slutar med tre punkter. Kategori H har inga, kategori S har 1 och kategori Ö har flest. Detta visar att det finns mer skiljetecken i *BK* än i andra undersökningar som jag jämfört med. Undantagen är citaten.

Till formen är 95,7 % av rubrikerna huvudrubriker. De resterande rubrikerna består av formen huvudrubrik med en underrubrik eller en dårrad. Kategori H har inga och kategori Ö har två stycken tvåstegsrubriker. Kategori S har flest tvåstegsrubriker. Även i MB finns det många huvudrubriker, 77,3 % rubrikerna är i denna form. Det är färre än de övrigas tal. Detta visar att *BK* föredrar enkla huvudrubriker.

Det finns inte många rubriker som är på ett annat språk i *BK*. Fyra av rubrikerna i materialet är på engelska.

Antagandet i början av undersökningen var att substantiven skulle vara de ledande framför verb och adjektiv. Resultaten visar att substantiven kommer först, sedan adjektiven och sist verben. Antagandet stämmer således delvis. Kategori Ö avviker då det i kategorin finns fler verb än adjektiv. I MB finns det flest substantiv, adjektiven följer och minst finns det av verben. Även här stämmer antagandet delvis. Mitt eget resultat visar att *BK* skiljer sig då *BK* använder fler adjektiv än verb. Det visar också att substantiv andelen inte är så hög som man kunde ha förväntat sig.

Egennamnen har studerats för att se hur stor del av substantiven och orden som de upptar. Av substantiven är 12,2 % egennamn och av alla ord består 4,7 % av egennamn. Med tanke på att *BK* är en tidning som handlar om böcker kunde man tycka att *BK* borde använda sig av många personnamn. *MB* använder oftare egennamn än de övriga rubrikerna. Av substantiven är 25 % egennamn och av orden är 6,5 % egennamn. Undersökningen visar att detta har att göra med litteraturen. *MB* är alla skönlitterära böcker. I de olika kategorierna är det *S* som har 8 % egennamn medan *H* och *Ö* har 0,7 % respektive 3,7 % egennamn. Inom kategori *S* är det säkrare att använda sig av ett författarnamn för läsarna känner lättare igen författare som skriver skönlitteratur. Kategori *S* använder inte bara namn på författare utan rubrikerna innehåller även namn på människor ur böckerna. Företaget vet att folk som köper böckerna är människor som tycker om att läsa. Chansen att de skall känna igen namnen är stor.

Undersökningen visar att det finns fler personnamn än ortnamn. Bland kategorierna är det *S* som har den största andelen personnamn, medan kategori *Ö* har fler ortnamn än *H* och *S*. *S* har ofta författarnamn och *Ö* använder historiska platser i sina rubriker.

Min undersökning visar att rubrikerna inte är långa. Det finns i genomsnitt 4,3 ord per rubrik, och de tre kategorierna är förhållandevis jämna. I en jämförelse med andra undersökningar är mitt material det med minst antal ord i rubrikerna. Men i *MB* är det annorlunda då orden i genomsnitt är 11,3 per rubrik. Slutsatsen är att *BK* använder sig av längre rubriker när man har utrymme att göra det. *MB* har utrymme för långa rubriker, men det har inte de övriga rubrikerna.

Antagandet gällande läsbarhet var att presentationerna för *MB* har högre lix än de övriga. Genomsnittet för ord/mening i *MB* är 15,5 och för det övriga materialet är det 16,6 ord/mening. En viss skillnad finns. Liljestrand och Arwidson (1989: 82) skriver att det bästa är om meningarna är 15–30 ord långa. Björnsson (1968: 134) vars lix jag utgår från skriver att antalet ord bör vara 16 per mening. Björnsson (1968: 134) säger att det är bäst om procenten långa ord är håller sig till trakten runt 24. Av orden i *MB* är 25 % långa ord och i det övriga materialet är de långa orden 29 %.

Antagandet med *lix* visade sig vara fel. *Lix*-värdet i *MB* är 41, medan *lix* det i övriga materialet är 45. *MB*-presentationerna är därför enligt *lix* lättare att läsa. Om detta stämmer i praktiken söker inte denna avhandling svar på. Visst har det övriga materialet fler långa ord och fler långa meningar, men detta behöver inte betyda att de är svåra att förstå. *MB*-presentationerna är i vissa fall skrivna av litteraturkritiker som noggrant går in och analyserar, medan de övriga presentationerna ibland kort och enkelt beskriver vad som händer i boken och hur bra den är. *Lix* är inte ett slutgiltigt svar om något är lätt eller svårt, utan det ger riktlinjer till vad som gör en text svår att läsa.

LOM skapades då Vallhov 1970 kritiserade *lix*. *LOM*-värdet för *MB* är 3,9 och 4,8 för det övriga materialet. Även här visar det övriga materialet att det enligt denna teori är uppbyggt på ett sådant sätt som försvårar läsningen jämfört med *MB*-presentationerna. Men det som gäller med *lix* gäller också för *LOM*. Teorierna säger en sak och visst försvårar långa meningar en text, men slutligen är det upp till varje enskild människa att bestämma vad som är svårt eller inte svårt att läsa och förstå.

Denna undersökning beskriver rubriker och presentationer i en bokklubbs medlemstidning, men tidningar av detta slag ser inte alla likadana ut och därför kan inga slutsatser dras om att det är så här som rubriker och presentationer ter sig i andra bokklubbars medlemstidningar. Denna undersökning visar vad som är typiskt för *BK* under ett år (2006).

Det har varit intressant att undersöka rubriker och presentationer i *BK*. Antalet rubriker som har undersökts har varit tillräckligt, men antalet *MB*-rubriker kunde ha varit större för att detta bättre skulle ge en blick av denna grupp. Presentationerna kunde ha undersökts angående den tredje formen av presentationer som finns i tidningen. Det vill säga de som är märkta med extrapris och som till storleken är mellan *MB*-presentationerna och de övriga. I en vidare undersökning kunde man jämföra rubrikerna i *BK* på flera sätt, t.ex. fler ordklasser och hur vanliga vissa adjektiv är. Reklamspråk kunde undersökas mer ingående då det är fråga om en tidning som vill sälja böcker. Dessutom kunde man se på vad som lockar läsarna till att slutligen göra sina val.

LITTERATUR

Undersökningsmaterial

BK=Böckernas Klubb 1-12/2006. Stockholm: Böckernas Klubb.

Övrig litteratur

Andersson-Ek, Per, Kent Andréasson & Åke Edwardson (1999). *Göra tidning*. Fjärde upplagan. Stockholm: Ordfront förlag.

Backman, Jarl (1985). *Att skriva och läsa vetenskapliga rapporter*. Lund: Studentlitteratur.

Björnsson, C.H (1968). *Läsbarhet*. Stockholm: Bokförlaget Liber.

Brierley, Sean (1995). *The advertising handbook*. London and New York: Routledge.

Butiksdatan (2008). Citerat 25.3.2008: www.butiksdatan.se/bokklubbar.asp

Böckernas Klubb (2008). Citerat 27.4.2008: <http://www.bockernasklubb.se/BK/OmBockernasklubb.aspx>

Carlson, Bo (1971). *Tidningsproduktion. Journalistiska element och grafisk teknik*. Andra omarbetade upplagan. Stockholm: Almqvist & Wiksell.

Cassirer, Peter (1972). *Stilanalys*. Stockholm: Almqvist & Wiksell.

Cassirer, Peter (2003). *Stil, stilistik & stilanalys*. Tredje upplagan. Stockholm: Natur och Kultur.

Conon, Lars (1973). *Rubrikspråket på Dagens Nyheters förstasidor I-II*. Acta Universitatis Upsaliensis. Akad.avh. Uppsala.

Conon, Lars (1976). Språk och stil i tidningsrubriker. I: *Språket i spalterna*, 32–52. Lund: Studentlitteratur.

Dahlstedt, Karl-Hampus (1970). *Massmedierna och språket*. Stockholm: Läromedelsförlagen svenska bokförlag.

Gunnarsson, Britt-Louise (1982). *Lagtexters begriplighet. En språkfunktionell studie av medbestämmandelagen*. Lund: LiberFörlag.

Gustafsson, Conny & Rune Rennemark (2002). *Säljande reklam*. Malmö: Liber ekonomi.

- Hadenius & Weibull (2003). *Massmedier. En bok om press, radio & TV*. 8:e upplagan. Falun: Albert Bonniers Förlag.
- Hellspong, Lennart & Per Ledin (1997). *Vägar genom texten. Handbok i brukstextanalys*. Lund: Studentlitteratur.
- Hellspong, Lennart (2001). *Metoder för brukstextanalys*. Lund: Studentlitteratur.
- Larsson, Sören (1992). *Att skriva i tidning. Om grunderna för reporterns arbete*. Femte utgåvan. Stockholm: Legenda AB.
- Leech, Geoffrey N (1973). *English in Advertising. A Linguistic Study of Advertising in Great Britain*. London: Longman group limited.
- Liljestrand, Birger & Mats Arwidson (1979). *Skrivstrategi*. Göteborg: Esselte Studium.
- Liljestrand, Birger & Mats Arwidson (1989). *Skrivstrategi*. Andra upplagan. Göteborg: Esselte Studium.
- Melin, Lars (2004). *Språkpsykologi. Hur vi talar, lyssnar, läser, skriver och minns*. Stockholm: Liber.
- Miettinen, Jorma (1998). *Toimitustyö*. Andra upplagan. Tavastehus: Yliopistopaino.
- Mårdh, Ingrid (1980). *Headlines. On the Grammar of English Front Page Headlines*. Lund: CWK Gleerup.
- Niemikorpi, Antero (1994). Otsikkokieli – epäkieltätkö? I: *Kääntämisen tutkimuksen päivät Oulussa 14–15.12.1993*, 92–100. *Meddelanden från institutionen för nordiska språk vid Uleåborgs universitet*. Uleåborg.
- Nordman, Marianne (1992). *Svenskt fackspråk*. Lund: Studentlitteratur.
- Nordman, Marianne (1995). Rubriken i vetenskaplig och populärvetenskaplig gestalt. I: *Fackspråk och översättningsteori XV Vår 11–12.2.1995*, 180–192. Vasa: Vasa universitet.
- Nordman, Marianne (1998). Språkvetenskap på svenska och finska. Hur ser rubrikerna ut? I: *Acta Wasaensia no 63 kielitide 13. Matkalla kielestä kieleen. Juhlakirja Rune Ingon 60- vuotiaspäiväksi*, 152–161. Vasa: Vasa universitet.
- Nordman, Marianne (1999). Rubriker i ÅU förr och nu. I: *Fackspråk och översättningsteori XVIII Vasa 14–15.2.1998*, 208–219. Vasa: Vasa universitet.

- Nordman, Marianne (2000). Rubriker som frågor. I: *Svenskan i Finland 5. Föredrag vid femte sammankomsten för beskrivningar av svenskan i Finland Joensuu 7–8.5.1999*, 203–214. Joensuu: Joensuun yliopisto.
- Nordman, Marianne (2001). Rubriker och förförståelse. I: *Fackspråk och översättningsteori XXI Vasa 10–11.2.2001*, 221–233. Vasa: Vasa universitet.
- Platzack, Christer (1974). *Språket och läsbarheten*. Lund: CWK Gleerup Bokförlag.
- Strömquist, Siv (1989). *Skrivboken*. Malmö: Liber.
- Strömquist, Siv (2005). *Uppsatshandboken*. Uppsala: Hallgren & Fallgren.
- Svenska Akademiens grammatik. 2. Ord* (1999). Första upplagan. Stockholm: Svenska Akademien.
- Svenska skrivregler* (2003). Svenska språknämnden. Andra upplagan. Stockholm: Liber.
- Tallmo, Karl-Erik (1992). *Orden och rubrikerna*. Stockholm: Brutus Östlings Bokförlag Symposion.
- Thorell, Olof (1973). *Svensk grammatik*. Stockholm: Esselte Studium.
- Toikkanen, Mari (2003). Språket i huvudrubrikerna på Vasabladets förstasidor. Opublicerad avhandling pro gradu. Vasa vetenskapliga bibliotek Tritonia.
- Vahtera, Ralf (1996). Kontrastiivista otsikkotypologia. Suomen- ja ruotsinkielisten sanomalehtien otsikoiden kiellisen rakenteen vertailua. I: *Kääntämisen tutkimuksen päivät Oulussa 12.12.1995*, 40–57. *Meddelanden från institutionen för nordiska språk vid Uleåborgs universitet*. Uleåborg.
- Vahtera, Ralf (1999). Kvasifragmentit suomen- ja ruotsinkielisten sanomalehtien otsikoissa. I: *Fackspråk och översättningsteori XIX Vasa 13–14.2.1999*, 364–373. Vasa: Vasa universitet.
- Vallhov, Birgit (1970). Olika kriterier för läsbarhet. I: *Nysvenska studier 50*, 202–246. Uppsala: Valter Jansson.
- Westman, Margareta (1974). *Bruksprosa*. Lund: LiberLäromedel.
- Åkermalm, Åke (1965). *Rubriksvenska och andra studier*. Sverige: Gleerups.
- Åkerman, Linda (2006). *Språket i rubrikerna i bokklubbstidningen Böckernas Klubb*. Opublicerad kandidatavhandling. Institutionen för Nordiska språk. Vasa universitet.

Öijer, Björn (1981). *Så snickrar du en tidningsartikel*. Stockholm: Liberförlag.

Bilaga 1. Inledningssida (Månadens bok)

Bilaga 1. Inledningssida Månadens bok

En personlig, omskakande och prisbelönt självbiografi
av en av USA:s främsta samtida författare



”...en bok som får kan läsa utan att heroras djup...”
Kurt Malmstedt, DN



JOAN DIDION
ETT ÅR AV MAGISKT TÄNKANDE
117 sidor

ETT ÅR AV MAGISKT TÄNKANDE
Medlemspris 169,-
Medlemspris 205,-
Bok nr 81216
Medlemspris
OBS! BOKEN ÄR UTLÅNAD!
MED 999 SEK.
ATLAK
Ochpreket Åter A Year of Magical Thinking

Det är kvällen före nyårsafon 2003. Joan Didion och hennes make sedan fyrtio år, John Gregory Dunne, har just varit på sjukhuset och besökt sin allvarigt sjuka dotter. De sätter sig till bords för att äta en sen middag när John plötsligt drabbas av en massiv hjärtinfarkt och dör. På ett ögonblick är livet helt förändrat. Ett fyrtioårigt äktenskap, vänskaps- och arbetsförhållande är över.

I den självbiografiska *Ett år av magiskt tänkande* berättar författaren Joan Didion om maken, hans bortgång, deras långa äktenskap, och om sin egen reaktion efter Johns död.

Boken är hennes försök att förstå den tid som följde: "veckor och sedan månader, som vände upp och ner på alla de föreställningar jag någonsin haft om döden... om sorg, om hur människor handskas eller inte handskas med det faktum att livet tar slut, om hur yttlig den mentala hälsan är och om livet självt."

Ett år, fyllt av magiskt tänkande, då Joan Didion försöker att acceptera det som inte går att acceptera.

"Det är en sorglig bok, självklart är den det, och rasande och melanankolisk. Men den ställer också utom allt tvivel att när någon säger något som är sant måste man lyssna. Man vill det därför att samning alltid innehåller ett mått av berörelse", skriver Marie Peterson på nästa uppslag om denna hyllade och prisbelönta självbiografi.

3

Bilaga 2. Artikelsida (Månadens bok)

Bilaga 2. Artikelsida Månadens bok

”Livet tar slut. Låt oss tala om det”

Av Marie Peterson

1966 anordnade tidningen Vogue en skrivtävling. Första pris var en resa till New York, en check och en anställning. Hon som vann hette Joan Didion. Det var en het sommar och några kvarter bort, på redaktionen för Mademoiselle, satt Sylvia Plath. De var omedvetna om varandras existens; Plath hade inte skrivit ”Glaskupan” ännu, Didion hade inte skrivit sin första essäsamling.

Hon i en arbetsrummet, han i det andra i fyro gånger femtiora veckor. De sätter sig till bords och smyger och sedan säger han ingenting mer. Han faller framåt över bordet och är anslagen död innan han träffar golvet. På samma dag som hon gick ut för att köpa sin hemläppskrämm. Hon gifte sig med författaren John Gregory Dunne och gav

bakom sina solglasögon under hela ceremonin. När vi gick uppför återgången förde vi varandra ut vi skulle kunna ta oss ut det här nästa vecka och inte behöva vänta tills deoden stälde oss åt.”

Den 30 december 2003 handlar hon makens och varliga drink och tänker till, som, ett tecken på att de är hemma och skyddade. Hemma, där de alltid varit tillsammans under fyrtio års äktenskap.

Den 30 december 2003 månadsboken matkretsens seltvättiga dränk

och tänker hursådan, ett tecken på att det är hemma och skyddade.

”Hon är den ljuvliga ypan.” Men den ljuvliga ypan ökar inte fysiska. Hon har betänken hem för att vara på plats när matkretsen kommer tillbaka.

OKTOBER MÅNADSBOOK



ETT ÅR AV MAGISKT TÄNKANDE
Medlemspris 199,-
För alla andra 239,-
Bok nr 81216
AV JOAN DIDION
ÖVERSÄTT AV ULFA ÖBERGSSON
HAR 2005 90
Originaltitel: *Year of Magical Thinking*

Joan Didion är född 1934 i Kalifornien i USA och numera bosatt i New York. Hon har utkommit med ett tiotal böcker och har dessutom skrivit filmmanus tillsammans med sin man, författaren John Gregory Dunne. Hon medverkar regelbundet i The New York Times review of books och i The New Yorker. Hennes senaste böcker på svenska är romanen *Lagfört och ossin*, *Kalifornien – min historia* och 2005 bidrocks hon med *National Book Award* för *Ett år av magiskt tänkande*.

Varmt välkommen till en litterär afton
Förordagen den 19 oktober läser sällskapet Agnes Ekman ett utdrag ur boken *Ett år av magiskt tänkande*. Litteraturkritikern Marie Peterson berättar också om Joan Didions författarskap. Välkomna kommer även till innehålls medlemsunderhållning. Entré: 80 kr inkl. ett glas vin.
Håll till på väskan för mer information om plats och tid eller ring kundservice på telefonen 08-791 90 70.

”Livet tar slut. Låt oss tala om det”

konstnären att det var en helt vanlig septemberdag med litet molnighet. Allt hoppar över förhållande.

Hon kan skänkta bort hans kläder, men inte hans skor.

Han kan ju inte gå bortom när han kommer tillbaka.

Och på ett ögonblick är allting förändrat. Joan Didion har skrivit i hela sitt liv i en av sina essäer: *Om keeping methods*, berättar hon om hur hon började föra anteckningar i särskilda skrinböcker när hon var fem år. De som gör så, ”är av en helt egen sort, ensamma och motspänniga arrangörer de säker och lugn i en av ordning, ängliga och missnöjda, barn som redan vid födseln drabbas av en känsla av förlora.” Hon har skrivit romaner, reportage, kronikor och långa korta berättelser inför sina resor. (”Vå skolor, två trojor, cigarettor, bouthon. Att barn: motstånd, skrivmaskin.”)

Det liknar en fygare av Bach.

ett inget vågrörligt. Direktör en rak linje. Direktör ingenting. Vi kan inte föreställa oss, skriver hon, ”att det är en förtäring utan det som följer, ett oerhålligt tvärsnitt till mening, en oerhålligt rad ögonblick då vi får moten och uppleva själva meninglösheten.”

Och på ett ögonblick är allting förändrat.

Hon har skrivit de mest ligande essäer, som har skrivit livet motkärda. Det är en kombination av förtäring antonytor. Motkärda är ett prent.

I *ETT ÅR AV MAGISKT TÄNKANDE* följer hon sorgens öberkryta, varje förändring process, hon gör omring och preciseringar. Det liknar en fygare av Bach.



FOTO: RENATO SANI

MUSIK
Pluspris!
MADAMA BUTTERFLY
Puccini
Madama Butterfly
Pluspris!
MADAMA BUTTERFLY
Puccinis bilansmans med annat köp ur utgången 99,-
Dock ej bilansmans med annat köp 149,-
Cd nr 8148
AV JOAN DIDION
PRIS 199,-

”den bästa opera jag har skrivit”

Giuseppe Puccini (1858-1924) munnade kamareckans av dramatik, långa harmonier och sensuell och melodisk sång. Ett centralt tema i hans verk är kvinnors självpoffrande kärlek och lidande.
MADAMA BUTTERFLY utspelar sig i japansk miljö och skildrar en gestas försäkring i en amerikansk sjöofficer.
När operan uruppfördes på La Scala i Milano 1904, fick den ett snikt mottagande. Men det sågs att Giacomo Puccini i brett till goda vännar blev att han alljämn trodde på föreställningen: ”Det är jag som har rätt. Det är den bästa operan jag har skrivit.”
Historien har gett den självskrivne kompositören rätt - idag är **MADAMA BUTTERFLY** en av de mest uppförda operorna på Metropolitanoperan i New York under ledning av Herbert von Karajan, liksom den fransöskiska Maria Callis sjunga titelrollens stamma.
I överiga roller är Nicola Gedda, Luca Damiani och Mario Biondi.

Bilaga 4. Matriser för rubrikregler och olika rubriker i tidningar och *Böckernas Klubb*.

	Tidningar	<i>Böckernas Klubb</i>
Tempus: Presens	X	X
Konjunktioner	-	X
Formord	-	X
Hjälppverb	-	X
Infinitivmärke	-	X
Laddade ord	-	X
Initialord	-	X
Förkortningar	-	X

	Tidningar	<i>Böckernas Klubb</i>
Fullständiga satser	X	X
Satsfragment	X	X
Utropsrubriker	-	X
Frågerubriker	-	X
Citat	-	X
Tre punkts rubriker	-	X