

Alvorlige billedbøger med varme og sødme sælger i udlandet

af PIA JØNSSON

Der er stor interesse for danske børnebilledbøger i udlandet, også i lande et godt stykke uden for vores egen kulturkreds. I 2008 underskrev Gyldendal omkring 110 kontrakter med udenlandske forlag. 46 titler blev solgt til Indien og 27 til Kina.

Danske børnebilledbøger er en solid eksportvare. Faktisk sælger oversættelserne af de danske titler ofte i langt større oplag i udlandet end herhjemme. Det er måske ikke så overraskende, når det europæiske marked, som danske forlag har tradition for at sælge til, suppleres af lande som Kina, Korea og Indien. Det er typisk lande, der ikke tidligere har haft et stærkt marked for børnelitteratur, og de går efter børnebilledbøger med nogle særlige karakteristika, som de danske og nordiske udgivelser gerne rummer, ifølge Foreign Rights Manager i Gyldendals børne- og ungdomsredaktion, Louise Langhoff Koch:

„De bøger, der især sælger godt, behandler ofte et forholdsvis alvorligt emne med varme, humor og sødme. Noget, der skal bearbejdes. Et godt eksempel er Kim Fups Aakesons historie *Så blev farfar et spøgelse*, som jeg havde med til Bologna tilbage i 2004. Det er en meningsfuld historie om død, tab, sorg og venskab. Den har siden solgt helt ekstraordinært godt i udlandet, alene i Japan har den solgt 52.000 eksemplarer bare i 2008! Bogen er solgt til 11 lande, bl.a. Sverige, Holland, Frankrig, Korea, Tyskland og Rusland“.

„Der er en naivitet i billedsproget i den bog, der står i modsætning til et mere ekspressionistisk eller grotesk udtryk, der kan være vanskeligere at eksportere. Den danske såkaldt skæve streg er fantastisk, men ikke altid



Til sidst spøkkede han tilbage til sit værelse.
Der sad Farfar og grinede i skægget. På kommoden.
„Hvad er det sjove?“ spurgte Esben og var lidt mopsset.
„Det var lige foran næsen på os,“ sagde Farfar. „Det har jo
noget med os to at gøre.“
„Har det?“
„Prøv at huske,“ sagde Farfar. „Alt om os to.“



Esben tænkte sig om og sagde: „Jeg kan huske masser. Jeg kan huske,
at du tog mig med i tvovli, og at vi prøvede den store rutschebane, lige
til jeg fik kvalme, jeg kan huske, at vi gravede et stort hul i jeres have
til et træ, jeg kan huske, at du skældte mig ud engang, fordi jeg skød en
fodbold ind i dine tulpaner, jeg kan huske, vi så tre sportsvogne på en
udstilling, jeg kan huske, at vi begge to faldt i søvn til en kedelig film i
biografen.“

„Man kan vel sige, at Eva Eriksson med sin stil er en lidt gammeldags illustratør, men hun og Kim Fupz Aakesen arbejder utroligt godt sammen, og de har haft en ualmindeligt heldig hånd med *„Så blev farfar et spøgelse“*“.

verdens bedste eksportvare. Man kan vel sige, at Eva Eriksson med sin stil er en lidt gammeldags illustratør, men hun og Kim Fupz Aakesen arbejder utroligt godt sammen, og de har haft en ualmindeligt heldig hånd med *Så blev farfar et spøgelse*“.

Asiatisk eventyr

Alene i år udkommer 46 danske bøger fra Gyldendal i Indien og 27 i Kina. Børnene i bøgerne behøver tilsyneladende slet ikke at ligne børnene i de lande, bøgerne skal sælges i. De kan være blege, blåøjede eller rødhårede og kan fint vinde gehør, hvor de fleste børn har sort hår og brune øjne.

Hvor det tidligere var klassikere af Ole Lund Kirkegaard og H.C. Andersen, der var sikre sællerter, går de asiatiske lande i dag efter et langt bredere udbud. Fra *Kaj bøgerne* af Mats Letén, *Willi bøgerne* af Kirsten Sonne Harild og Inger Tobiasen til ungdomsromaner med sex og alkohol samt oplæsningsbøger med både gys og detektiver.

Ud med hottentotterne

Der kan dog være udfordringer med at lancere de danske børnebøger også



i de lande, der traditionelt har været et tæt samarbejde med, fortæller Louise Langhoff Koch:

„En serie som *Vitello* af Kim Fupz Aakeson og Niels Bo Bojesen er solgt til Sverige. *Vitello* er jo tydeligvis en lidt forsømt dreng med en enlig mor, der både ryger, drikker lidt for meget og kalder indvandrere for hottentoter. Det krævede en lille sproglig justering eller to, før man turde sende den ud i det mere politisk korrekte Sverige, hvor ordet hottentot ville virke decideret frastødende og ikke bare komisk som i Danmark. I det hele taget er det nu ikke så usædvanligt, at der bliver ændret et ord eller to i en tekst, eller at illustrationerne i tekstbøger bliver skiftet ud, forsider ændret osv. når bogen skal udkomme i et nyt land. Det gør vi også selv, når vi køber bøger fra udlandet, og det er jo altså også vigtigt, at bogen kan sælge og slå an i det land, hvor den rent faktisk skal udkomme. Her nytter det ikke noget at være al for sart“.

James Joyce for nybegyndere

I Tyskland er børnebilledbøgerne generelt mere nuttede, end vi kan kære i Danmark. Ligesom de er det i en stor del af den engelsktalende

„Lille Frø' er jo en slags James Joyce for nybegyndere: A Portrait of the Artist as a Young Man. Den er solgt til 13 lande“.



verden. Svenskerne er unikke til sødmefyldte illustrationer, ifølge Louise Langhoff Koch, uden at de bliver for nuttede, og i Danmark kan vi skrive varme humoristiske historier og få dem til at spille sammen med vildtvoksende illustrationer, der også appellerer til den voksne. I det hele taget er vi kendt for vores fantastiske illustratører, der virkelig skiller sig ud i forhold til omverdenen. Det er dog stadig de enkle illustrationer, der har størst udlandsappel, når kontrakterne rent faktisk skal skrives:

„Sådan en som Jakob Martin Strid rammer børnene med sit helt enkle og minimalistiske sprog. *Lille Frø* er jo en slags James Joyce for nybegyndere: A Portrait of the Artist as a Young Man. Den er solgt til 13 lande. Den har den der naivitet, humor og enkelthed i tekst og streg, som går lige ind verden over, men Strid kan nogle gange godt blive *too cartoony*, som nogle af de udenlandske agenter udtrykker det, så det er altid et spørgsmål om øjnene, der ser. Nogle ser kunsten eller den gode historie på tværs af kultur og forskelle, andre leder efter noget, de kan kende, eller som ligner deres eget. Det er også det, som er spændende ved udlandssalg: det er aldrig forudsigeligt! Selv når man tror, at noget umuligt kan sælge, kan man blive overrasket“.

PIA JØNSSON (f. 1958), forfatter, redaktør og konceptudvikler, cand. mag. i litteratur og film, driver kommunikationsbureauet METAFOR.

„I Danmark er der en stor tradition for at sælge bøger til udlandet. Det er en af de mest succesfulde og mest stabile eksportindustrier i landet. Det skyldes mange forskellige faktorer, men blandt andet den høje kvalitet af den danske litteratur og den gode service, som danske forlag tilbyder. Det er også vigtigt, at der er en stor interesse i dansk litteratur i udlandet, og at der er mange gode oversættere, der kan hjælpe med at gøre bøgerne tilgængelige for et bredt publikum. Det er en glæde at være en del af denne tradition og at se, hvordan danske bøger bliver læst og elsket rundt omkring i verden.“

„Det er vigtigt at være opmærksom på, at udlandssalg kan være en kompleks proces, der kræver en god forståelse af den lokale markedssituation og den kulturelle kontekst. Det er også vigtigt at have en god relation til lokale forlag og distributører, og at være villig til at tilpasse sig deres behov og ønsker. Det er en udfordring, men også en mulighed for at nå et stort og diversificeret publikum.“

„Det er vigtigt at være opmærksom på, at udlandssalg kan være en kompleks proces, der kræver en god forståelse af den lokale markedssituation og den kulturelle kontekst. Det er også vigtigt at have en god relation til lokale forlag og distributører, og at være villig til at tilpasse sig deres behov og ønsker. Det er en udfordring, men også en mulighed for at nå et stort og diversificeret publikum.“

„Det er vigtigt at være opmærksom på, at udlandssalg kan være en kompleks proces, der kræver en god forståelse af den lokale markedssituation og den kulturelle kontekst. Det er også vigtigt at have en god relation til lokale forlag og distributører, og at være villig til at tilpasse sig deres behov og ønsker. Det er en udfordring, men også en mulighed for at nå et stort og diversificeret publikum.“