

Lunds Universitet  
Förlags- och bokmarknadskunskap  
Institutionen för kulturvetenskaper  
Handledare: Ann Steiner  
2014-06-05

Stephanie Andén  
FBMK11

# En kort historia.

- en studie av det digitala kortformatet på en föränderlig bokmarknad

## ABSTRACT

Det Bonnierägda Mix förlag startades hösten 2011 med ambitionen att enbart ge ut digitala verk. Den 30 mars 2012 lanserades Dötid-apparna. Dessa är en plattform och ett samlingsnamn för tre appar som består av digitala noveller; Dötid Skräck, Dötid Erotik och Dötid Science Fiction. På kort tid har Mix förlag genomgått stora förändringar i utformningen av Dötid-apparna. Förändringarna är en indikation på hur nytt fenomenet digitala noveller är i Sverige.

Syftet med uppsatsen är att undersöka hur förlagen kan hantera och marknadsföra det digitala kortformatet. Först presenteras en kort bakgrundshistoria för novellen och det digitala kortformatet där även internationella och nationella trender belyses. Därefter analyseras Dötid-apparna utifrån Gérard Genettes idéer om paratexter och jämförs med liknande plattformar. Avslutningsvis sker en diskussion om potentiella framtidsförhållanden för förlagen gällande det digitala kortformatet. Det korta läsandet är en del av mikrolitteraturen, vilket ger upphov till ny potentiell forskning. Det digitala läsandet är i sin tur en del av digitala miljöer och hör ihop med begreppet prosument och mediekonvergens. Detta utgångsläge kan vara källan till ökad försäljning från förlagens sida.

**Keywords:** Mix förlag, Bonniers, mediekonvergens digitala noveller, e-bok, appar, förlag, paratext, marknadsföring

# Innehållsförteckning

|   |    |
|---|----|
| 1. Inledning  | 1  |
| 1.1 Syfte och frågeställningar                            | 2  |
| 1.2 Material och avgränsningar                            | 2  |
| 1.3 Metod   | 3  |
| 1.4 Teori   | 3  |
| 1.5 Tidigare forskning                                    | 4  |
| 2. Från uppkomst och tradition till den digitala novellen | 5  |
| 2.1 Mix förlag och Dötid-apparna                          | 9  |
| 3. Analys av Dötid-apparna                                | 12 |
| 3.1 Marknadstexter  | 12 |
| 3.2 Bildspråk, layout och genrer                          | 16 |
| 3.3 Kortformatets många ansikten - en jämförelse          | 18 |
| 4. Sammanfattning och resultat                            | 21 |
| 5. Avslutning – kortformatet och framtiden                | 25 |
| Källförteckning   | 28 |
| Bilagor   | 31 |

# 1. Inledning

Bokmarknaden befinner sig mitt i en digital era. Utlåningen av e-böcker via folkbiblioteken ökade mellan 2010 och 2011 med 89 procent till 1,2 miljoner lån, och det blir allt vanligare för förlagen att man digitaliserar all ny skönlitteratur.<sup>1</sup> Det svenska företaget Publit, som producerar e-böcker, har noterat att förlagen kommer med förfrågningar att integrera sina e-böcker med diverse webbtjänster.<sup>2</sup> Med digital läsning finns det stora fördelar med mediekonvergens och innovativa lösningar från förlagens sida.

”En app för tiden som är över”. Med dessa ord lanserades *Dötid-apparna* 2011.<sup>3</sup> Dötid-apparna är tre appar, som består av digitala noveller uppdelade efter tre genrer; Dötid Skräck, Dötid Erotik och Dötid Science Fiction. Det är det Bonnierägda Mix förlag som står bakom apparna. Betoningen av tid är ett medvetet strategiskt val och hänger samman med synen på samhället som vi befinner oss i. Apparna har sedan lanseringen genomgått flera förändringar både gällande innehåll och yttre strukturer. Denna ambivalens från förlagets sida bottnar i det faktum att digitala noveller inte slagit igenom i Sverige och därmed är ett utforskat område.

Med Dötid-apparna förespråkar Mix förlag ett lättillgängligt läsande. Det är meningen att novellerna ska kunna läsas var som helst och när som helst, bara läsaren har tid över. Det är intressant att se hur förlagen går tillväga för att ta sig an ett relativt nytt fenomen inom Sverige och hur man väljer att presentera idén för läsarna. Med Dötid-apparna uppstår många intressanta frågor om det digitala kortformatet, om samhället vi lever i och om digitala miljöer. Då dagens bokmarknad befinner sig mitt i en digital era påverkar detta litteraturen. När det gäller läsning över internet är det främst kortläsningen som dominerar. Det korta digitala läsandet hänger ihop med uppkopplandet på sociala medier och med en kontext där det snabba slår det långsamma. Trots att e-boken inte riktigt slagit igenom i Sverige arbetar förlagen

---

<sup>1</sup> Annika Bergström och Lars Höglund, ”Tidiga läsare av e-böcker”, *SOM-institutet, Göteborgs Universitet*, 2012, [http://www.som.gu.se/digitalAssets/1453/1453863\\_22-bergstr--m-o-h--glund--e-b--cker.pdf](http://www.som.gu.se/digitalAssets/1453/1453863_22-bergstr--m-o-h--glund--e-b--cker.pdf), Hämtad 2014-05-26, s. 357

<sup>2</sup> ”När kommer boomen? – en kartläggning av e-boken i Sverige ur ett biblioteksperspektiv”, *Svensk biblioteksförening*, 2 maj-25 sep 2011, <http://www.kb.se/dokument/aktuellt/eboksutredningen.pdf>, Hämtad 2014-05-26, s. 6

<sup>3</sup> En app för tiden som är över”, *Bonnier förlagen*, 2012-03-30, <http://www.bonnierforlagen.se/Nyhetsarkiv/2012/Dotid/>, Hämtad 2014-05-26

redan med e-novellerna. Men är det smart att satsa på e-noveller i Sverige där försäljningen av e-böcker inte tagit fart? Kommer det korta formatet att få den genomslagskraften som e-boken aldrig fick? I sådana fall varför? I en tid full av distraktioner gäller det att produkten man erbjuder kunderna fungerar hela vägen fram.

### 1.1 Syfte och frågeställningar

Jag ämnar studera Mix förlags digitala noveller utifrån Dötid-apparna. Syftet är att undersöka hur förlagen kan hantera och marknadsföra det digitala kortformatet. Syftet är valt av den anledning att kortformatet är ett relativt nytt fenomen i Sverige, konkurrenterna är få och marknaden är obeprövad. Därav ligger det i förlagens intresse att utveckla och undersöka det digitala kortformatet Mina frågeställningar är:

- Vilka är det digitala kortformatets hot och möjligheter?
- Vad säger Dötid-apparna om marknadsföringen av kortformatet, både i sig och i jämförelse med andra liknande plattformar?

Mitt syfte och mina frågeställningar tar avstamp i den digitala läskulturen. Då kortformatet är ett obeprövat format i Sverige, begränsar detta litteraturen kring formatet. Därav är det essentiellt att utgå från digital läsning generellt, se på hur bokmarknaden hanterar detta, samt att därefter applicera de tankesätten specifikt på det digitala kortformatet. Mina frågeställningar utgår från Dötid-apparna, då detta är mitt primärmaterial. Däremot berörs även liknande plattformar för att i jämförelse med dessa bättre kunna svara på mitt syfte.

### 1.2 Material och avgränsningar

Det valda primärmaterialiet är webbplattformen från Mix Förlags hemsida och Dötid-apparna. Dötid-apparna består av tre appar, uppdelade efter genrer. Dessa är: Dötid Skräck, Dötid Science Fiction och Dötid Erotik. Förutom tre appar finns även ett startpaket *Dötid, mixa och läs* där man får ett urval noveller från varje app. Då startpaketet inte marknadsförs under Dötid-apparna kommer inte fokus läggas på detta. Det som studeras är enbart webbsidesmaterialiet, såsom texterna, trailern och layouten, och även själva apparna. Fokus ligger inte på det litterära innehållet utan

enbart på de yttre egenskaperna av Dötid-apparna, hur de framställs, och då indirekt hur läsning av digitala noveller framställs. Det är enkelt att begränsa sig när materialet är så pass smalt. Därav krävs ett sekundärmaterial, som i detta fall är Novellix förlag som enbart ger ut noveller. De ger dock ut noveller i tre former, som tryckt bok, som ljudbok och som e-noveller. I sekundärmaterial tas även några internationella exempel upp, som exempelvis *keitai shousetsu*, digital kapitelläsning på mobil som slagit igenom i Japan. Slutligen kompletteras materialet med ett antal artiklar, relevanta för slutdiskussionen, som behandlar fenomenet digitala noveller både ur ett nationellt och internationellt perspektiv.

### 1.3 Metod

Den valda metoden är en kvalitativ analys av både apparna och hemsidan. Denna görs med hjälp av litteraturforskarens Gérard Genettes idéer kring *paratexter*. Paratexter fungerar som en zon mellan texten och icke-texten, ett slags ramverk kring texten som påverkar läsarens förståelse av den. I detta begrepp ingår både *peritext* och *epitext*. Peritext är de bilder, eller textelement, som existerar inom verket, antingen primärt eller sekundärt. Detta kan exempelvis vara omslag, fotnoter och förord. Epitext är det som existerar utanför verket, såsom intervjuer, kampanjer, recensioner med flera. Trots att Genettes idéer är äldre fungerar dessa än idag på grund av att de bidrar med pedagogiska och konkreta metoder för att se på text och omslag. Min valda metod lämpar sig helt enkelt för den typ av analys jag ämnar göra; se på hur Dötid-apparna marknadsförs gentemot köparna och läsarna. Däremot krävs det att denna typ av analys kompletteras med en jämförelse och en slutdiskussion.

### 1.4 Teori

För att analysera det digitala kortformatet bör man beröra digitala miljöer och digital läsning. Kontexten för digitalt läsande skiljer sig åt från tryckt läsning, vilket skapar andra typer av konkurrenter, aktörer och utgångslägen för läsningen och bokmarknaden. Professor Ted Striphas behandlar det tekniska mötet med litteraturen

med huvudfokus på e-boken i *The Late Age of Print*.<sup>4</sup> Striphas förespråkar en samverkan mellan den tryckta boken och den digitala boken och bidrar därmed med ett liberalt förhållningssätt till läsning. Johan Svedjedal, professor i litteraturvetenskap, diskuterar digitaliseringens betydelse för den litterära kulturen i *The Literary Web*.<sup>5</sup> Svedjedal tar bland annat upp på vilka sätt som boken klarat av olika faser av massmedia samt bokens ställning i massmediesamhället. På det sättet bidrar texten med en generell kontext för digital läsning och behandlar skillnaden mellan digitala miljöer och ”vanliga” sådana.

Även konvergens-begreppet används ofta inom digitala miljöer. Därav är det lämpligt att använda kulturteoretikern och professorn Henry Jenkins teorier om konvergenskulturer. Med konvergenskulturen åsyftar Jenkins en digital kultur, som kännetecknar vår era, där nya och gamla medier överlappar varandra och smälter samman. Denna konvergenskultur är även en deltagandekultur där användarna är *prosumenter*, det vill säga både konsumenter och producenter, på grund av sin aktiva roll.<sup>6</sup> Padmini Ray Murray och Claire Squires, både lektorer i förlagsstudier, berör de förändrade rollerna i en digitaliserad värld, med fokus på författarnas roller, i *The digital publishing Communications Circuit*.<sup>7</sup> De tar bland annat upp hur digitala plattformar möjliggör för författarna att inta en mer affärsinriktad roll gentemot återförsäljare och distributörer. I denna text behandlas teorier kring e-handelsplattformar, vilket är relevant för uppsatsens ämne. Slutligen är även litteraturteoretikern Gérard Genettes idéer om paratexter även en teoretisk text av zonen mellan texten och dess omslutande egenskaper, vilka han beskriver i *Paratexts: Thresholds of Interpretation*.<sup>8</sup>

## 1.5 Tidigare forskning

---

<sup>4</sup> Ted Striphas, *The Late Age of Print: Everyday Book Culture from Consumerism to Control*, New York: Colombia University Press, 2009

<sup>5</sup> Johan Svedjedal, *The Literary Web- literature and publishing in the age of digital production: a study in the sociology of literature*, 2000

<sup>6</sup> Henry Jenkins, *Konvergenskulturen: Där nya och gamla medier kolliderar*, Bokförlaget Daiadalo AB: Göteborg, 2008

<sup>7</sup> Padmini Ray Murray & Claire Squires, *The digital publishing circuit*, University of Stirling, Volume 3 Number 1, 2013

<sup>8</sup> Gérard Genette, *Paratexts: Thresholds of Interpretation*, Cambridge University Press, 1997

Det har bedrivits mycket forskning kring digital läsning och dess påverkan på konsumenten. Mycket har även skrivits om novellen och andra kortformat, men denna forskning är främst textanalytisk. Exempelvis ”Förlaget och novellen – en studie av Bokförlagets Forums inställning till novellutgivning”, av Johanna Haegerström, c-uppsats litteraturvetenskap, 2007, som tar upp specifikt novellutgivningen och då ur ett stort förlags synvinkel. Det finns även väsentlig forskning kring digital kultur och e-böcker. Avhandlingen *Publishing and Visual Culture: Symbiotic Relationships and the Impact of Technology on Publishing Strategies and Activity* av professor Louisa Preston, från 2011, tar upp sambandet mellan visuell kultur och digital påverkan. Dock finns det inte utförlig forskning om specifikt digitala noveller varav mycket teorier i uppsatsen istället berör e-boken. Litteraturvetaren Alexandra Borgs forskning berör en del av detta samband. Bland annat i ”Lättläst, Kortläst, snabbläst – Litteratur i det lilla formatet i digitaliseringens tidevarv”.<sup>9</sup> Studien tar avstamp i kortformatet och målar delvis upp en historisk bakgrund till denna, men även förändrade läsmönster. Därmed har Borg ett starkare fokus på läs beteenden medan min uppsats snarare bidrar till att belysa framtidsmöjligheter för kortformatet, och potentiella metoder för förlagen att handskas med formatet.

På grund av avsaknaden av specifik forskning om digitala noveller är denna uppsats ämne relevant och bidrar med nya perspektiv och infallsvinklar för kortformatet och bokmarknaden.

## 2. Från uppkomst och tradition till den digitala novellen

För att kunna tala om kortformatet och noveller krävs det först och främst att man är medveten om vad som kännetecknar en novell. Vad är skillnaden mellan en novell och en roman och hur kort är kortformatet? Denna fråga ställer sig Johan Svedjedal i *Den sista boken*, 2001.<sup>10</sup> Med digitala läsverktyg kan läsaren oftast själv välja typsnitt och teckenstorlek. Detta innebär att den digitala texten, till skillnad från den tryckta,

---

<sup>9</sup> Alexandra Borg, ”Lättläst, kortläst, snabbläst – litteratur i det lilla formatet i digitaliseringens tidevarv”, *Tidskrift för litteraturvetenskap*, nummer 2013:2

<sup>10</sup> Borg, 2013:2, s. 84



inte är statisk och låst.

Litteraturprofessorn och författaren Norman Friedmans artikel ”Recent Short Story Theories. Problems in Definition” tar upp hur det existerar en rad oklarheter gällande definition inom det teoretiska fältet.<sup>11</sup> Vad skiljer exempelvis novellen från prosan? Det finns även i själva begreppen en del problematik då det finns en rad olika benämningar för kortformatet såsom *novell*, *mini fiction*, *flash fiction*, *sudden fiction*, *micro fiction*, *micro-story* med flera. När begreppet ”novell” slås upp i SAOB resulterar sökandets bland annat i två olika förgreningar av begreppet, där den första betonar nyhetsvärdet och den andra kortheten.<sup>12</sup> Det är även problematiskt då förlagen använder olika namn när de marknadsför det digitala kortformatet. Beteckningen novell verkar därmed vara otillräcklig då definitionerna luckras upp och kortformatet verkar vara en mer sann beteckning (om än oerhört generell). Därav används i uppsatsen både begreppet kortformat och novell.

När uppkom den moderna novellen? Då kortformatet är det som förknippas med den moderna novellen kan svaret vara romantiken. Under romantiken började novellförfattarna skriva för en anonym massa.<sup>13</sup> Det vi kallar massmedia såg nu tidens begynnelse. Tidningarna uppstår och för med sig ett nytt förhållningssätt för novellen; nämligen novellen som försörjningsmöjlighet. Kravet på korta berättelser gör att novellen får ett etablerat karaktärsdrag som kommer att följa med till nutiden. En intressant aspekt av detta är hur novellen, på grund av dess publiceringskontext samt ekonomiska drivkraft, kommer att klassas som lågkultur. Först mot sekelskiftet börjar novellen erkännas som litterär genre.<sup>14</sup> Med detta erkännande följer även de stora författarna och novellen får ett lyft från det fula rummet.<sup>15</sup> I Sverige, som följer den internationella scenen, blir novellen stor på grund av 1880-talets samhällskritiska realism.<sup>16</sup> När moderniseringen når sin höjdpunkt berörs novellen i allra högsta grad. Industrialisering, massmedialisering, demokratisering, urbanisering med mera, formar

---

<sup>11</sup> Borg, 2013:2, s. 86

<sup>12</sup> Svenska Akademiens Ordbok, Sökord: novell, <http://g3.spraakdata.gu.se/saob/>, Hämtad 2014-05-26

<sup>13</sup> Beata Agrell, ”Novellgenren, traditionerna och experimenten”, i *Kulturtidskrift Ord och Bild*, 2012-11-06, <http://www.tidskriftenordobild.se/blog/nyhet/novellgenren-traditionerna-och-experimenten-2> Hämtad 2014-05-26, s. 8

<sup>14</sup> Beata Agrell, ”Novellgenren, traditionerna och experimenten”, i *Kulturtidskrift Ord och Bild*, 2012-11-06, <http://www.tidskriftenordobild.se/blog/nyhet/novellgenren-traditionerna-och-experimenten-2> Hämtad 2014-05-26, s. 8

<sup>15</sup> Agrell, 2012, s. 9

<sup>16</sup> Agrell, 2012, s. 10

flanörlitteraturen. 1948 blir ett viktigt årtal inom novellens historia, då får T.S Eliot nobelpriset och det blir en novell-boom i landet.<sup>17</sup>

Efter att länge varit i skymundan från romanen har novellen idag fått sig ännu ett lyft. Med läsverktyg som smarta telefoner och läsplattor, samt nya distributionsmöjligheter ser förlagen nya möjligheter för novellen, men nu i ett digitalt format.<sup>18</sup> Denna experimentlusta hänger givetvis samman med andra digitala format. ”Det har skett en stor utveckling i formatförskjutningen mot digitala filer, framför allt det senaste året, som känns jättespännande”, säger Johanna Hansen, förlagschef på Bonnier Audio.<sup>19</sup> Något som påverkar det digitala kortformatet idag är de smarta telefonerna. När den senaste SOM-mätningen (Samhälle, Opinion och Medier) gjordes, 2012, hade över hälften (53 %) av befolkningen i åldrarna 16 till 85 tillgång till en smartphone.<sup>20</sup> Däremot ligger inte Sverige i framkant vad gäller litteraturläsning på mobilen. Detta står istället Japan för där de japanska mininovellerna, de så kallade *keitai shousetsu* gör succé. Dessa är små noveller som läses via mobil och är oftast helt gratis.<sup>21</sup> Man får ett kapitel i taget skickat till mobilen och väljer själv om man vill fortsätta läsa. Hela 13 % av den japanska bokmarknaden står mobilnovellerna för, vilket visar på en enorm genomslagskraft.<sup>22</sup> Keitai shousetsu har dessutom anpassat det litterära innehållet utefter läsverktyget. Språket är medvetet komprimerat och enkelt och man har inkorporerat bakgrundsfärger till varje kapitel, som skiftar beroende på stämningen i berättelsen. Trots att dessa noveller är gratis är det inte ovanligt att många av dem blir utgivna i bokform, om de uppnår tillräcklig popularitet, vilket innebär att det finns möjlighet till ekonomisk vinstkraft. Många gånger är det nya och mindre förlag som ger ut novellerna och som vågar satsa på denna typ av litteratur. I Japans fall kan vi lära oss mycket av keitai shousetsu. Vad har Japanska förlag gjort annorlunda än Mix förlag? Hur kommer det sig att genomslagskraften av läsning på mobil är större där? Dessa frågor skulle det kunna ägnas en helt ny uppsats åt, men det är ändå intressant att ha

---

<sup>17</sup> Agrell, 2012, s. 10

<sup>18</sup> Borg, 2013:2, s. 84

<sup>19</sup> ”Experimentlusta efter digital uppgång”, *SvD Kultur*, 2013-09-24, [http://www.svd.se/kultur/experimentlusta-efter-digital-uppgang\\_8549952.svd](http://www.svd.se/kultur/experimentlusta-efter-digital-uppgang_8549952.svd), Hämtad 2014-05-26

<sup>20</sup> Bergström och Höglund, 2012, s. 359

<sup>21</sup> ”Japansk succé för mobila mininoveller”, *Sveriges Radio – Kulturnytt*, 2012-01-11,

<http://sverigesradio.se/sida/artikel.aspx?programid=478&artikel=4900243>, Hämtad 2014-05-26

<sup>22</sup> Japansk succé för mobila mininoveller”, 2012-01-11

detta i åtanke vid analysen av Dötid-apparna.

Hur ser det då ut i Sverige? I Sverige är det förutom Mix förlag främst Novellix förlag som ger ut digitala noveller. Novellix grundades 2011 och fokuserar på att ge ut korta historier under slogan ”Stories to go”.<sup>23</sup> Lena Hammargren, som är förlagschef på Novellix, säger ”Vi har verkligen fått bra respons från författare som till exempel vill prova en ny genre. Men också läsare som vill läsa mer men som inte har mycket tid till sitt förfogande. Då är novellen egentligen det perfekta läsformatet i den kultur vi lever i.”<sup>24</sup> Det man betonar är att man vänder sig till en läsare med ont om tid. Novellix ger ut novellerna i tre format, som tryckt bok, e-bok och ljudfil. De satsar även på en e-boksprenumeration. En intressant del av denna är att den även erbjuds i anpassad form till skolklasser vilket innebär ytterligare en försäljningskanal.<sup>25</sup> Novellix var även det första förlaget i världen som ingick ett samarbete med Spotify där man tillgängliggjorde novellerna som ljudböcker. Ett annat svenskt exempel är Hoi förlag, som i december 2012 presenterade sin satsning på e-noveller.<sup>26</sup> De har som ambition att varje månad släppa nya noveller av både etablerade författare och debutanter. Bland utbudet av e-novellerna hos Hoi syns enkla och överskådliga genrer såsom deckare, Science fiction, erotik och humor.

Utomlands bör ett antal större förlag nämnas som exempel. *The Penguin Shorts Program* lanserades 2011. Affärsidén går ut på att distribuera kortformatsläsning i olika filformat och priset för novellerna ligger på 1,99 pund.<sup>27</sup> *Amazons Kindle Singles*, som lanserades 2011 med slogan ”Compelling ideas expressed at their natural length” förmedlar kortlästa texter med allt från essäer, sakprosa och intervjuer i e-boksformat.<sup>28</sup> Även *Random House Storycuts* har en liknande affärsidé som ovanstående förlag, och ett utbud med över 250 digitala kortberättelser.<sup>29</sup>

---

<sup>23</sup> Åkerlund, 2014-02-08, <http://www.di.se/artiklar/2014/2/7/hon-valkomnar-amazons-intag/>, Hämtad 2014-05-27

<sup>24</sup> Åkerlund, 2014-02-08

<sup>25</sup> Novellix, <http://novellix.se/produkt/e-boksprenumeration-for-skolklasser/>, Hämtad 2014-05-27

<sup>26</sup> ”Noveller”, *Hoi förlag*, <http://hoi.se/post-type/noveller/>, Hämtad 2014-05-27

<sup>27</sup> Laura Hazard Owen, ”Penguin Launches 'Penguin Shorts' E-singles Series”, *Gigaom*, 2011-11-14, <https://gigaom.com/2011/11/14/419-penguin-launches-penguin-shorts-e-singles-series/>, Hämtad 2014-05-26

<sup>28</sup> Borg, 2013:2, s. 87

<sup>29</sup> ”Storycuts – The future of the short story is here”, *The Random House Group*, <http://www.randomhouse.co.uk/lp/storycuts>, Hämtad 2014-05-26

## 2.1 Mix förlag och Dötid-apparna

Ovanstående förlag, som satsar på det digitala kortformatet i Sverige, är långt ifrån lika stora som Bonnierägda Mix förlag som startades hösten 2011. Mix är en del av Bonniers digitala förlag och ett renodlat digitalt förlag som ger ut noveller, kortromaner och romaner som är nedladdningsbara till iPhone, iPad och iPod touch. Förlaget ger både ut etablerade författare och debutanter. Titlarna distribueras via den egna webbshopen och genom återförsäljare såsom Adlibirs, Bokon, CDON, Dito, iBooks med flera.

Dötid-apparna är en plattform och ett samlingsnamn för tre appar som lanserades 2012 med slogan ” En app för tiden som är över: Dötid – MIXa och läs!”.<sup>30</sup> På kort tid har dock Mix förlag genomgått stora förändringar i utformningen av Dötid-apparna. Detta är relevant att ta upp då förändringarna säger något om hur nytt fenomenet digitala noveller är i Sverige. Från början var det enbart en app där man marknadsförde författarna för varje novell i lika stor utsträckning som själva appen. Appen innehöll sammanlagt 300 sidor läsning och klassiker samsades med nyskrivna noveller. Magnus Nyttell, ansvarig för Bonnierförlagens digitala utveckling, kommenterade Dötid-appen på följande vis:

Som bokförläggare vill vi hitta flera sätt att ge ut och sälja litteratur. Genom appen *Dötid* ger vi bokläsarna möjlighet att på ett otroligt enkelt sätt tillgodogöra sig berättelser av högsta kvalitet. Det tar mindre än en minut att ladda ned appen och börja läsa var du än befinner dig. Din dötid blir värdefull.

Det som Magnus Nyttell betonar som essentiellt med apparna är framförallt kvalitén och tillgängligheten. Affärsidén bygger på att det inte krävs många minuter för att få tillgång till bra litteratur för någon med lite tid över. Idag är det tre appar, döpta efter tre genrer; Dötid Skräck, Dötid, Science Fiction och Dötid Erotik. Varje app består av sju noveller och kostar 7 kronor.<sup>31</sup> Mix förlag erbjuder även ett startpaket med 18 noveller. När du laddat ned en av Dötid-apparna får du tillgång till alla sju novellerna

---

<sup>30</sup>”En app för tiden som är över”, *Bonnier förlagen*, 2012-03-30,

<http://www.bonnierforlagen.se/Nyhetsarkiv/2012/Dotid/>, Hämtad 2014-05-26

<sup>31</sup>”Dötid-apparna”, *Mix förlag*, <http://www.mixforlag.se/dotid/>, Hämtad 2014-05-26

inom appen. Du väljer först och främst hur mycket tid du har att läsa, allt från 1-7 minuter, till 60 minuter, och därefter presenteras ett antal novellförslag. Läsaren kan själva justera teckenstorleken och varje novell har ett unikt omslag. När man läst klart alla novellerna får man tillgång till lästips på fler noveller. Inom varje app finns även valet ”mer dötid” där man gör reklam för de andra Dötid-apparna, samt kan dela vidare det man läst via sociala medier. Du måste vara minst 17 år för att ladda ned apparna, då novellerna kan innehålla våldsamma eller sexuella inslag.

Som nämnt ovan är förändringen av produkten intressant. Mix förlag har uppenbarligen sedan lanseringen av Dötid-appen testat sig fram. Digitala noveller är fortfarande ett nytt fenomen i Sverige, och då föregångarna främst kommer från andra länder finns det en osäkerhet kring hur en webbplats som Dötid-apparna kommer tas emot av den svenska publiken. Den största förändringen är hur förlaget har snävat ned utbudet. Från början fanns det flera genrer, och det man marknadsförde var framförallt författarnamnet och titlarna. Idag är det genrerna som apparna är döpta utefter som marknadsförs. Detta väcker många intressanta frågor om vår samtid som kommer beröras mer senare efter en tydligare analys av peritext och epitext. Man kan även fråga sig varför Mix förlag valt de specifika genrer man valt. Eventuellt bottnar det i en trendspaning. Skräck är en bred genre som kan rymma allt från deckare till thrillers och relationer, vilket gör att det kan finnas något för flera smaker. Science fiction har en stark fanbase vilket man kan ta nytta av gällande litteraturen. Det är dock intressant att notera att Science fiction som litterär genre aldrig riktigt slagit igenom i Sverige (på svenska).<sup>32</sup> Vanligtvis läser den svenska sf-läsaren enkelspårig litteratur istället. Men då Mix förlag samarbetar med SF-bokhandeln, när det gäller Science-Fiction appen, kanske man når ut till den existerande målgruppen i alla fall. Erotik är däremot ett förvånande val. Romance spåddes för ett tag sedan bli det nya, stora som skulle slå igenom med *Femtio nyanser av honom* (E.L. James, 2011). Fenix lanserades 2012 inom Bonnierförlagen som en förberedelse på trenden och som skulle fokusera på bland annat ”romantik” titlar. Någon sådan genomslagskraft kom aldrig och Fenix lades ner efter enbart sju månader.<sup>33</sup> Erotik är inte detsamma som

---

<sup>32</sup> Jerry Määttä, ”Science fiction tvingar oss att se med nya ögon”, *Svenska Dagbladet Kultur*, 2003-02-24, [http://www.svd.se/kultur/understrecket/science-fiction-tvingar-oss-se-med-nya-ogon\\_95211.svd](http://www.svd.se/kultur/understrecket/science-fiction-tvingar-oss-se-med-nya-ogon_95211.svd), Hämtad 2014-05-26

<sup>33</sup> Sara Djurberg, ”Fenix fick aldrig lyfta”, *Svensk bokhandel*, ur nummer 21 2012-12-14

romance, men kan däremot vara en genre i liknande riktning. Genrervalet är intressant utifrån det faktum att erotik fortfarande är tabubelagt. Det är inte många som oproblematiskt skulle kunna tänka sig att ägna sig åt offentlig läsning av erotiska noveller. Därmed försvinner även en del av det som marknadsförs; nämligen att var som helst, när som helst, kunna läsa novellerna. Det är även intressant att notera att varken Science fiction eller erotik är genren som brukar ta plats på dagstidningarnas kultursidor.<sup>34</sup> De är istället snarare kommersiella genrer.

Novellerna som ingår i Dötid-apparna är digitala, vilket innebär en mängd skillnader från de tryckta novellerna. Det taktila upplevelsen av en pappersbok finns inte hos den digitala boken. Den fysiska bokens materialitet försvinner och fokus skiftar till en annan typ av läsupplevelse. Som Alexandra Borg tar upp blir sättet som vi ”umgås” med den digitala boken annorlunda.<sup>35</sup> Med en pappersbok kan man vända blad, göra hundöron och anteckna i marginalerna av boken. Det digitala formatet saknar denna typ av upplevelser, men erbjuder istället smidighet och personliga justeringar av typsnitt och teckenstorlek. Dötid-apparna är anpassningsbara för tre olika verktyg; iPad, iPhone och iPod touch. Därmed kommer upplevelsen av formatet att skilja sig åt mellan dessa verktyg. Det första är ett verktyg som är utformat och anpassat för det digitala formatet, ett verktyg som uppmuntrar till digital läsning och har ett inbyggt digitalt bibliotek. De två andra är inte utformade på samma vis. Därmed borde iPad vara ett läsverktyg att föredra, men samtidigt existerar fördelen med de två andra att det inte enbart blir ett bärbart bibliotek utan istället ett bärbart komplett hem. iPhone och iPod touch är både telefoner, datorer och bibliotek. I konvergenskulturens tid är medier på väg att dominera hela vår existens. Den smarta mobilen är ett bra exempel på detta då den samlar flera mediala kanaler i en och samma kontext.<sup>36</sup> Samtidigt ökar chanserna för publiken att kunna ta del av de digitala novellerna, när dessa inte enbart är begränsade till en läsplatta, eller en mobil utan när det finns en valbarhet gällande läsverktyg. Men här blir det intressant att Mix förlag uteslutande arbetar med ett företag; Apple. Varav detta uteslutande av övriga

---

<sup>34</sup> Hans-Roland Johnsson, ”Femtio nyanser av erotisk litteratur”, *Svenska Dagbladet kultur*, 2012-09-28, [http://www.svd.se/kultur/understrecket/femtio-nyanser-av-erotisk-litteratur\\_7535110.svd](http://www.svd.se/kultur/understrecket/femtio-nyanser-av-erotisk-litteratur_7535110.svd), Hämtad 2014-05-26

<sup>35</sup> Borg, 2013, s. 168

<sup>36</sup> Henry Jenkins, 2004, s. 34

företag? Konsekvenserna borde bli negativa då man stänger ute en stor del av målgruppen som inte använder Apples produkter. Samtidigt bidrar man till en exkluderande marknad. Fördelen med mobilen som läsverktyg är att impulsläsningen blir enklare, och därmed även impulsköpet. En mobiltelefon har vi alltid med oss och dess lilla format gör den till en behändigare produkt än läsplattan. Trots att vi inte förknippar skönlitterär läsning med telefonläsning finns det mycket annan digital läsning som sker via telefonen, såsom nyheter och inlägg på sociala medier. Då finns redan förutsättningarna för aktiv läsning på telefonen. Då Mix förlag är det största förlaget i Sverige som fokuserar på digitala noveller väcker apparna intressanta frågor och svar om det digitala kortformatet och bruket av detta.

### 3. Analys av Dötid-apparna

När man går in på Dötid-apparnas hemsida, som är en del av Mix förlags hemsida, kommer man till beskrivningen av de tre apparna, samt tre styckens screenshots av dessa. Genom att klicka på apparna länkas man vidare till App Store där en mer detaljerad beskrivning av novellerna finns.

#### 3.1 Marknadstexter

Följande texter står utskrivna på hemsidan:

DÖTID EROTIK. Het läsning med sju noveller plus tre kittlande romanutdrag. En ny läsoplevelse och ett måste för den nyfikne. Med diskret namn på din hemskärm.

DÖTID SCIENCE FICTION. Sju noveller, ett romanutdrag och galaxer av upplevelser. Dessutom: lästips och senaste nytt från sf-världen. Från Mix förlag och SF-bokhandeln.

DÖTID SKRÄCK. Åtta skräckinjagande noveller – ett urval av det bästa inom genren. Dessutom: extra upplevelser, senaste nytt och mer lästips.

Hemsidetexterna är korta och kärnfulla. Tilltalet är lockande (...ett måste för den nyfikne) och texterna är målande i sin beskrivning (...galaxer av upplevelser). Varje text har sina specifika försäljningsvärdesord såsom ”lockande”, ”ett måste”, ”det

bästa”, ”upplevelser” med flera, som ska verka positiva för mottagarna och skapa läslust. Texterna fungerar även på så vis att de förstärker respektive genre som de ska beskriva. Inom Dötid Erotik betonas den ”heta” läsningen, medan Dötid Science Fiction betonar ”galaxer av upplevelser” och Dötid Skräck bjuder på ”skräckinjagande noveller”. Det är säljande och enkel symbolik med ett barnsligt och ungdomligt språk. Man marknadsför inte de individuella verken. Det finns på hemsidan ingen information om författarna eller de specifika novellerna. Detta finns däremot i App Store.<sup>37</sup>

Några minuter över i väntan på bussen, i kön eller i reklampausen? Ange hur mycket tid du har och krydda upp vardagen med lite erotisk läsning. Sju noveller från Sveriges hetaste författare och tre utdrag från årets mest kittlande romaner. En ny läsupplevelse och ett måste för den nyfikne. När novellerna i appen är slut guidar vi dig vidare till mer spännande läsning. När du vill, där du vill.

I App store är det i princip samma text till varje app, för varje genre. Texten betonar namnet på apparna, ”Dötid”. Den betonar även funktionen av de digitala novellerna; att som läsare kunna läsa när du har lite tid över. Därefter följer en informativ del för apparna, där texten är en aning varierad beroende på vilken app det är. För erotik-appen betonas även den diskreta funktionen (du ska inte behöva skämmas för att du läser erotik), vilket inte går ihop med budskapet lättillgänglig läsning. Då läsarna kan välja att synka sin läsning med sociala medier bidrar det till gratis marknadsföring för förlagen och novellerna. Detta är ett bra exempel på ett digitalt samhälle där det finns möjlighet för läsarna att integrera med varandra och byta läsupplevelser. Därmed tar Mix förlag fasta på det som många förlag är medvetna om, nämligen att konsumenten vill ha något mer än enbart en text när det gäller digital läsning.<sup>38</sup> Man betonar i marknadstexterna även en stor fördel med digital läsning; läsaren kan själv justera teckenstorleken. I denna förändrade interaktion mellan författare och läsare passar begreppet *författarens död* in. Litteraturteoretikern Roland Barthes myntade

---

<sup>37</sup> Bonnierförlagen AB, ”Dötid Erotik – Läsupplevelser från MIX förlag”, <https://itunes.apple.com/us/app/dotid-erotik-lasupplevelser/id656166251?mt=8>, Hämtad 2014-05-26

<sup>38</sup> ”När kommer boomen?”, 2011, s. 22



begreppet som en konsekvens av ett förändrat lässamhälle. Till skillnad från den försjunkne läsaren ser vi istället den aktiva läsaren som förväntas integrera med texten och vara delaktig i denna genom att föra dess innehåll vidare i ett socialt, digitalt rum.<sup>39</sup> Läsandet och dess aktörer förändras på grund av de digitala mediernas närvaro.

Avslutningsvis om texterna bör man ägna några meningar kring vad detta säger om Dötid-apparnas påtänkta målgrupp. Då det inte finns omfattande statistik om läsning av specifikt digitala noveller får man istället titta på e-boksanvändandet. Sammanställningen av eLibs webbenkät på bibliotekens hemsidor (2003-2004) visade att den typiska bibliotekslånaren av e-böcker är en man i 30 till 60-årsåldern.<sup>40</sup> Den senaste SOM-mätningen från hösten 2012 gav resultatet att 53 procent av befolkningen i åldrarna 16 till 85 år hade tillgång till smartphones, och 19 procent hade tillgång till en surfplatta i hushållet.<sup>41</sup> Tillgängligheten till ett läsverktyg för digital läsning möjliggör trots allt läsningen. Utredningen visade även hur tillgången bland män och kvinnor är relativt lika, men att det som spelar roll är ålder. Det var vanligast i åldersspannet 30 till 49 år, där 29 % har tillgång till en surfplatta.<sup>42</sup> Däremot är glappet till nästföljande åldersgrupp (den yngre) inte långt efter. I åldern 16-19 har 27 % tillgång till surfplatta.<sup>43</sup> I tabellen nedan syns även utbildningsnivå. Tillgången är vanligast bland högutbildade, men vid ålderskontrollen visar det sig att det snarare är åldern än utbildning som spelar roll. Exempelvis är det ingen skillnad på pensionärernas tillgång till surfplatta, oavsett vilken utbildningsnivå de har.

---

<sup>39</sup> Jesper Olsson ”Uppmärksamhetens avledning”, i *Läsning – RJ:S Årsbok 2013/2014*, red. Jenny Björkman och Björn Fjaestad, Makadam förlag, Halmstad, 2013, s. 73

<sup>40</sup> ”Vem lånar e-böcker från bibliotekens hemsidor?” Elib, 2003-2004, <http://www.elib.se/presentation/rapporter/enkat.pdf>, Hämtad 2014-05-26, s. 1

<sup>41</sup> Bergström och Höglund, 2012, s. 359

<sup>42</sup> Bergström och Höglund, 2012, s. 360

<sup>43</sup> Bergström och Höglund, 2012, s. 360

|                 |                | Procentantal |
|-----------------|----------------|--------------|
| Samtliga        |                | 19           |
| Kön             | Kvinnor        | 18           |
|                 | Män            | 20           |
| Ålder           | 16-19          | 27           |
|                 | 30-49          | 29           |
|                 | 50-64          | 18           |
|                 | 65-85          | 4            |
| Utbildningsnivå | Låg utbildning | 4            |
|                 | Medellåg       | 20           |
|                 | Medelhög       | 21           |
|                 | Hög utbildning | 26           |

**Kommentar:** Frågan lyder *Har du för närvarande tillgång till något av följande i ditt hushåll?*

Svarsalternativen

var *Ja, Nej* samt *Vet inte*. I tabellen visas andelen som svarat *Ja*. Utbildningsnivå är gjort enligt följande indelning: *Lågutbildad* - ej fullgjord eller fullgjord grundskola/obligatorisk skola, *medellågutbildad* – studier eller examen vid gymnasium, folkhögskola etc., *medelhögutbildad* - eftergymnasialutbildning (ej högskola/universitet) eller studier vid högskola/universitet, *högutbildad* – examen (inkl forskarutbildning) från högskola/universitet.

Dock har det visat sig att det finns få undersökningar som berör e-boksläsande i mobilen. Vilken målgrupp föreställer sig Mix förlag? Då marknadsföringstexterna är komprimerade, symboliskt laddade och betonar sociala medier tyder det på att man vänder sig till en uppkopplad individ. Även själva app-formen pekar på detta. Henry Jenkins tar upp hur det inom konvergenskulturen uppstår en lucka i målgruppen.<sup>44</sup> De mest tekniska individerna, de som växt upp med att tekniken genomsyrar hela deras existens kommer vara de mest effektiva och självklara användarna, medan andra segment av befolkningen måste kämpa för att komma dit och komma ikapp. Uppenbarligen stämmer inte detta gällande e-böckerna, men de digitala novellerna verkar i större grad rikta sig mot en teknikinförd människa. Därmed tar man inte fasta på den äldre målgruppen som redan finns hos e-böckerna, utan vänder sig till en ny

<sup>44</sup> Henry Jenkins, "The cultural logic of media convergence", *International journal of cultural studies*, 2004; 7; 33, <http://inside.jmk.su.se/documents/432/download>, Hämtad 2014-05-26, s. 35

och yngre målgrupp. Det blir dock paradoxalt att man infört åldersgräns på apparna (17 år), då utesluter man den del av målgruppen som är uppväxta med tekniken från första början.

### 3.2 Bildspråk, layout och genrer

Gällande den bildmässiga utformningen av Dötid-apparna är denna i stort sett symbolbunden. Dötid-apparna består av en video, samt tre screenshots av apparna Skräck, Erotik och Science Fiction (se bilaga 1,2). Videon är en trailer för apparna och visar en ”natt” på Bonnierförlagen. Filmad med en skakig handkamera får tittarna följa med genom Albert Bonnier korridoren, och slutligen blicka in i ett av kontoren där Eva Bonnier sitter och läser på en iPad. Den skakiga handkameran och mörka utformningen påminner om skräckfilmens scenografi. Till och med den avslutningen texten; ”Har du lite tid att slå ihjäl? Mix förlag presenterar... DÖTID Tre nya appar med noveller inom genrerna Skräck, Science Fiction och Erotik” förstärker den kusliga betoningen. Skräck-tematiken pekar på en yngre målgrupp, men valet av Eva Bonnier pekar på en äldre som är medveten om vem hon är. Det är intressant att förlaget inte anspelar på dötid och lättillgängligt läsande utan istället valt att illustrera apparna med en ensam kontorsmiljö. Detta skapar en inkonsekvens gentemot texterna som förmedlar något annat.

Nedanför trailern finns bildmaterialet till de tre genrer. Genette tar upp hur det tryckta omslaget är ett relativt nytt fenomen (ungefär från tidigt 1800-tal).<sup>45</sup> Genette talar även om hur ett bokomslags karakteristiska egenskaper förmedlar en känsla om boken gentemot läsarna. Förlagsbranschen är väl medveten om detta och omslagsarbetet är en väsentlig del av marknadsföringen kring boken. I Dötid-apparnas fall är det först och främst omslag för genrer som marknadsförs. Därmed klumpas titlarna ihop under respektive genrer, och det är inte den individualistiska litteraturen som lyfts fram, utan istället en kollektivistisk presentation av en känsla. Bokomslaget brukar vara det primära som möter mottagaren, vilket därmed är essentiellt av den anledningen att det ger upphov till en förmedvetenhet kring titeln. Genette tar upp hur författarnamnet har varit föränderligt genom historien. Under

---

<sup>45</sup> Genette, 2000, s. 23

antiken och medeltiden var inte författarnamnet en essentiell del av omslaget, vilket skapade en anonymitet hos upphovsmannen.<sup>46</sup> Detta synsätt hör ihop med att författaren inte ännu har blivit en medial person. Titeln och författarnamnet blir istället en renässansens skapelse. Titeln kan vara både tematisk eller tematisk. Där den förstnämnda fungerar som “denna bok är”, och tematiskt; “den här boken talar om”.<sup>47</sup> Genrerbetoningen leder till att den individuella skaparen och det individuella verket försvinner. Genrer har en stark tradition hos antiken då man var noga med att genremärka pjäser såsom tragedier och komedier vilket har filmiska eller serieliknande referenser.<sup>48</sup> Tankesättet att man vill åt en viss känsla, en klassisk narrotologi, hänger oftast ihop med hur man väljer film och inte i lika stor utsträckning med hur man väljer litteratur. Det som läsaren först och främst ska välja är en handling. Detta skapar en intressant utveckling hos det litterära som hamnar i skymundan för själva underhållningen.

Det finns en röd tråd i hur symbolerna för apparna är utformade. Erotik-appen har ett tydligt fokus på kroppar. Det är stark anspelning på sexualitet och erotik. Även de andra apparna är på liknande vis minimalistiskt utformade. Genom att välja tydliga symboler riskerar man inte att utesluta potentiella läsare som inte skulle ”förstå” vad bilden vill förmedla. Varje genre har dessutom en logga under respektive bild. Dessa föreställer en klocka/minutvisare. Denna ultimata symbol för tiden står i stark relation till namnet på apparna, Dötid.

Utformningen av apparna följer i stort sett layouten på hemsidan (se bilaga 3,4,5). Symbolerna för apparna är timvisarna. Erotik-appen heter dock *Dötid Schhh...* på bildskärmen. Efter ett köp har konsumenten medvetet valt en genre. När man går in på varje app fylls skärmen först av genreomslaget och övergår därefter till timvisaren. Efter att man valt hur mycket tid man vill lägga på läsning, presenteras ett antal novellval. Varje novell har nu ett eget unikt omslag med både författarnamn och titel. Utformningen av omslagen följer det tryckta omslagets utseende med författarnamn, titel, paginering och försättsblad.

---

<sup>46</sup> Genette, 2000, s. 37

<sup>47</sup> Genette, 2000, s. 89

<sup>48</sup> Genette, 2000, s. 95

### 3.3 Kortformatets många ansikten - en jämförelse

Hur ser det då ut för andra förlag i Sverige som ger ut noveller? Novellix togs upp tidigare i uppsatsen. Dessa kan sägas vara Mix förlags enda stora konkurrent i Sverige. Den mest påtagliga likheten mellan Dötid-apparna och Novellix digitala noveller är hur båda förlagen betonar tid. Mix förlag säger att de vänder sig till läsaren med lite tid över, medan citatet från Novellix tidigare i uppsatsen säger samma sak, att de vänder sig till en läsare med ont om tid. Detta är därmed utgångsläget och affärsidén bakom dessa två företag. Däremot är detta även den enda stora likheten mellan Mix förlag och Novellix. Dötid-apparna är tre genrebetonade appar som marknadsför genrerna gentemot läsarna. Man betonar inte författarnamn eller novelltitlar. Novellix satsar istället på ett brett urval av noveller och erbjuder novellerna till kunden styckvis eller i fickformat och har även en e-bokspremuneration.<sup>49</sup> De så kallade *Novellix-böckerna* kommer i ett litet och smidigt format och tar avstamp i Pixiböckerna (fast för en vuxen målgrupp)<sup>50</sup> Bland utbudet finns både klassiker och nyskrivna noveller av etablerade och oetablerade författare (se bilaga 6). Sedan 2011 har de gett ut totalt 60 stycken böcker med samlade noveller i.<sup>51</sup> Följande citat från grundaren Lena Hammargren redogör för affärsidén och vad man ansågs saknades inom förlagsbranschen;

Det saknades ett företag som vågade tänka och pröva något helt nytt. Det saknades också ett sätt för folk att lätt få tag på bra text som inte tar mycket längre tid att läsa än resan till jobbet. Vi ville göra kvalitetslitteratur lättillgänglig och ge en läsupplevelse till upptagna människor som gärna vill läsa, men som har svårt att finna tid.<sup>52</sup>

Intressant här är hur Novellix till skillnad från Mix förlag betonar kvalitetslitteraturen som en viktig aspekt inom utgivningen. Trots att tiden fortfarande är väsentlig vill man inte ge avkall på novellernas kvalitativa egenskaper. Mix förlag har istället betoningen på genrerna och därmed på den övergripande handlingen i novellerna. En annan stor skillnad från Mix förlag är att Novellix inte är ett renodlat digitalt förlag.

---

<sup>49</sup> Novellix, [http://novellix.se/kontakt\\_om/](http://novellix.se/kontakt_om/) Hämtad 2014-06-10

<sup>50</sup> Novellix, [http://novellix.se/kontakt\\_om/](http://novellix.se/kontakt_om/) Hämtad 2014-06-10

<sup>51</sup> Novellix, [http://novellix.se/kontakt\\_om/](http://novellix.se/kontakt_om/) Hämtad 2014-06-10

<sup>52</sup> Novellix, [http://novellix.se/kontakt\\_om/](http://novellix.se/kontakt_om/) Hämtad 2014-06-10

Novellerna kommer både som tryckt bok, som e-bok eller som ljudbok. Gällande de tryckta novellerna så arbetar Novellix mycket med helhetsintrycken för dessa. De satsar hårt på present-aspekten och marknadsför novellerna i specifika, estetiskt tilltalande paket inför varje högtid. Inför studenten sätter man exempelvis samman ett urval noveller lämpliga för denna händelse i ett gåvopaket. De har även ett antal färdiga presentaskar såsom *Selma Lagerlöf-asken* och *Klassiker-fyran* (se bilaga 7).

Skillnaden gällande att Novellix erbjuder novellerna i fler format än enbart det digitala formatet innebär både en fördel och en nackdel. Fördelen för Mix förlag är hur de har tekniken bakom sig. De arbetar enbart digitalt och har då större kunskap kring denna typ av verksamhet. Fördelen med Novellix är istället att de enbart arbetar med kortformatet och har då större kunskap och en tydligare affärsidé kring just novellerna. Intressant är dock att Novellix som ingått samarbete med Spotify och därmed utforskar en av fördelarna med digitalt material, att kunna kombinera dessa med e digital plattform.

Då novellix erbjuder e-novellerna som ljudböcker når de ytterligare en målgrupp och erbjuder konsumenten ett val gällande det digitala formatet. Möjligheterna borde bli större för Mix förlag om även de skulle göra Dötid-apparna tillgängliga som ljudfiler, speciellt då mobilen inte bara är ett bra läsverktyg utan även ett bra lyssna-verktyg. Dock måste det påpekas att Dötid-apparna har fördelen att de kommer i ett app-format. Novellix digitala noveller kan köpas via hemsidan eller via ett antal nätförsäljare och laddas ned till mobilen eller läsplattan.<sup>53</sup> Apparna gör det dock enklare för kunderna att kunna köpa novellerna var som helst. Trots att Novellix har en större kontext för sina noveller, kan erbjuda läsarna fler formatmöjligheter och satsar mycket på presentpaketen (för de tryckta novellerna) så saknas det en tydlig förankring i tekniken för e-novellerna. E-novellerna borde därför hamna i skymundan hos Novellix när de har så mycket bättre alternativ för de andra formaten. Risken är att de konkurrerar med sig själva. Samtidigt kan det tyckas att deras e-noveller har en fördel jämt mot Dötid-apparna, och detta är att man inte erbjuder ett genrepaket, utan enskilda noveller som verkar på samma villkor som den tryckta boken. Det vill säga med synligt författarnamn och titel.

---

<sup>53</sup> Novellix, <http://novellix.se/aterforsaljare/> Hämtad 2014-06-10

Om vi ska jämföra Dötid-apparna med ett internationellt exempel är de japanska förlagen relevanta att ta upp igen. På grund av att de japanska digitala novellerna är gratis att ladda ned kommer man förbi det faktum att digital läsning verkar i en annan sfär än tryckt läsning, med andra premisser. Illegal nedladdning är exempelvis ett stort hot mot digital läsning. Många människor vill inte betala för nedladdning av film, litteratur, serier med mera, och med sidor som Pirate Bay måste förlagen ta ställning gentemot dessa. Tillgängligheten blir starkare när man som konsument enkelt och snabbt kan klicka hem en ny novell utan att tänka på betalningen. Keitai shousetsu är ett bra exempel på hur den japanska bokmarknaden kommit längre än Sverige gällande teknisk innovation, och hur man istället för att vända illegal nedladdning ryggen försöker bemöta problematiken genom att finna nya vägar för utgivningen.

Det digitala kortformatet har stora möjligheter att kombineras med andra medier, då det rör sig inom en digital sfär, samt är komprimerad läsning vilket är en fördel i ett samhälle där man konkurrerar om människors tid och uppmärksamhet. Det som dessa exempel säger om det digitala kortformatet är att de är utformade på grund av samhällets krav på tillgänglighet och snabb konsumtion. Därav blir begreppet *literacy* viktigt i detta sammanhang. Det är ett begrepp som kan översättas till sättet som vi umgås med litteraturen.<sup>54</sup> Med den digitala tekniken förändrades literacy enormt. Inte bara för individen, utan för samhället i stort. Literacy i den digitala världen bygger delvis på förändrade kommunikativa vanor.<sup>55</sup> För det första uppkom, med internet, nya sätt att lagra information genom digitala medier såsom CD-rom, USB-minnen, hårddiskar, med flera. Dessutom kan olika uttrycksmedel lagras inom samma medium. Detta är en väsentlig del av den digitala kulturen då konkurrenterna därmed förändras, och likaså förutsättningarna på marknaden. Tillgången till information är den andra stora förändringen. Lättillgängligheten för att vara mer specifik och den effektiva processen bakom detta. Inom denna sfär verkar det digitala läsandet som en produkt av våra levnadsvanor.

---

<sup>54</sup>Roger Säljö ”Tecken och tekniker att minnas med”, i *Läsning – RJS Årsbok 2013/2014*, red. Jenny Björkman och Björn Fjaestad, Makadam förlag, Halmstad, 2013, s. 178

<sup>55</sup>Säljö, 2013, s. 183

#### 4. Sammanfattning och resultat

Syftet med uppsaten var att undersöka hur förlagen kan hantera och marknadsföra det digitala kortformatet och frågeställningarna var: ”vilka är det digitala kortformatets hot och möjligheter?” och ”vad säger Dötid-apparna om marknadsföringen av kortformatet, både i sig själva och i jämförelse med andra liknande plattformar?”

Ser vi först och främst till hot och möjligheter mot det digitala kortformatet utgår dessa från hot och möjligheter mot all digital läsning. Problemet med digital läsning är att läsarna inte riktigt är medvetna om hur de ska handskas med formatet då tryckta böcker alltid varit normen. Då mycket e-läsning försöker efterlikna den tryckta boken kan det istället leda till att man skapar en dålig kopia istället för ett bra alternativ. De största hoten mot digital läsning är hur bokens klassiska materiella egenskaper försvinner när boken blir en digital fil. Som Striphäs tar upp är ”The problems with e-books is that there are e-books”.<sup>56</sup> Objektkänslan blir inte lika påtaglig när det handlar om filer. Filer förmedlar en annan upplevelse än vad ett konkret objekt gör som vi faktiskt kan förvara i vår bokhylla, ta på, lukta på och låna ut till vänner. Många är även de kritiska rösterna som påpekat att den förändrade perceptionen hos digital läsning är direkt skadlig för människan och att internet lett till katastrofala följder för vårt sätt att hantera information och tänka. En av dessa kritiska röster är den franska filosofen Bernard Stiegler som anser att medieteknologier påverkar ungdomars inlärnings- och koncentrationsförmåga till det sämre.<sup>57</sup> Andra hot mot digital läsning är piratkopiering, att det inte finns ett tillräckligt stort utbud av digital läsning, samt att villkoren för läsandet av digitala filer är annorlunda beroende på vilka förlag som förmedlar läsningen. Detta ser vi exempelvis genom att Dötid-apparna enbart fungerar för apples produkter, medan Novellix noveller inte har samma begränsning.

Om vi nu talar specifikt om det digitala kortformatet är hoten ännu starkare. Konkurrenssituationen för digitala noveller är närmast obefintlig, vi har i Sverige enbart två stora aktörer; Novellix och Mix förlag, vilket leder till ett mycket begränsat utbud. Dessutom är det digitala kortformatet inte lika etablerat som exempelvis e-

---

<sup>56</sup> Striphäs, 2009, s. 21

<sup>57</sup> Magnus Bremmer, ”Försök att läsa hela texten om du kan”, *Svenska Dagbladet Kultur*, 2012-02-12, [http://www.svd.se/kultur/understrecktet/forsok-lasa-hela-texten-om-du-kan\\_6842173.svd](http://www.svd.se/kultur/understrecktet/forsok-lasa-hela-texten-om-du-kan_6842173.svd), Hämtad 2014-05-18



böcker, vilket leder till att läsarna inte är vana med denna typ av läsning. Detta är tydligt i att Mix förlag har genomgått en mängd förändringar under kort tid. Det digitala kortformatet är helt enkelt inte beprövat på den svenska marknaden. Samtidigt konkurrerar man även med bibliotekens utbud. Biblioteken står för nästan 90 % av e-boksspridningen då försäljningen av e-böcker är begränsad.<sup>58</sup> Detta gäller alltså e-böckerna, e-novellerna är ännu mer obefintliga.

Om vi istället ser till möjligheter tar Johan Svedjedal upp hur internet ger upphov till nya *media situations*. Dessa situationer är nya gällande allt ifrån produktion av text, till hur texten kommunicerar till distribution och försäljning.<sup>59</sup> Detta är oftast positiva förändringar för digital läsning. Digitala texter innebär generellt sett en *industrial efficiency*, vilket innebär att teknikens utveckling möjliggjort för en effektivisering för flera branscher, bland annat förlagsbranschen.<sup>60</sup> Lagerkostnaderna och tryckerikostnaderna försvinner hos den digitala försäljningen och det uppkommer ett snabbare och mer effektivt sett att transportera böckerna på. Däremot tillkommer andra kostnader, såsom för webbdesign, layoututformning med mera, men i det stora hela dras alla kostnader ned markant. Detta är uppenbart stora fördelar. Svedjedal tar även upp hur de traditionella förlagsrollerna, tack vare en digital kontext, förändras.<sup>61</sup> Han anser att rollerna fortfarande är viktiga inom bokmarknaden men att arbetsuppgifterna blir annorlunda vilket gör att rollerna kan kombineras ihop på ett annat sätt. Det blir helt enkelt en starkare flexibilitet och effektivitet kring arbetet runt digital läsning. Andra fördelar med e-texterna berör själva läsandet. En tryckt bok är fixerad. Med e-formatet är det inte längre förlaget (eller författaren) som står för textens utseende utan nu hamnar kontrollen över texten hos läsarna.<sup>62</sup> E-formatet har en flexibilitet som inte den tryckta boken har. Att läsarna själva kan bestämma, få mer kontroll och justera texten innebär möjligheter för exempelvis äldre människor som har svårt att se, eller synskadade människor, att ta del av samma köpta produkt. Trots att e-formatet har haft mycket svårigheter i att tas för en bok är detta något som förlagen kan hantera. *Skeuomorphism* är ett begrepp

---

<sup>58</sup> Bergström och Höglund, 2012, s. 357

<sup>59</sup> Svedjedal, 2000, s. 50

<sup>60</sup> Svedjedal, 2000, s. 133

<sup>61</sup> Svedjedal, 2000, s. 133

<sup>62</sup> Svedjedal, 2000, s. 98

som innebär att man försöker efterlikna äldre funktionsdesign, genom att låta dessa bli ornament i ny formgivning.<sup>63</sup> Apples läsplatta Kindle är ett exempel på detta. Kindle har en bladvändarfunktion precis som en tryckt bok. Sättningen av e-boken efterliknar även den fysiska bokens sättning. Huruvida detta är ett bra sätt att hantera digital läsning kommer diskuteras senare. Flera möjligheter för e-texten är kontexten. Svedjedal tar upp begreppet *supertexts* som innebär hur internet gör det möjligt för all typ av media att länkas samman till ett globalt flöde.<sup>64</sup> Att ta nytta av detta skulle möjliggöra för innovativa utvecklingar för den digitala texten.

Samma möjligheter gäller specifikt för det digitala kortformatet. Men här finns det ytterligare en fördel, nämligen just kortformatet. Svedjedal tar upp svårigheterna i att synas i en digital värld, där problemet inte längre är att få texten publicerad, utan att få texten att bli köpt. I en hektisk värld, där mottagarna överröses med intryck, gäller det att komma ut med ett tydligt, klart och enkelt budskap. I en sådan kontext kan det digitala kortformatet sticka ut och ta plats.

Den andra frågeställningen; vad Dötid-apparna säger om marknadsföringen av kortformatet, går nu att besvara efter analysen av Dötid-apparna. Här är det relevant att ta upp förändringarna som Dötid-apparna genomgått på kort tid. Dessa kan bero på att Mix förlag testat sig fram. De testat pris för att se vad kunderna är villiga att betala och de snävar ned utbud och fokus för att affärsidén från början var otydlig. Vid analysen av Dötid-apparna utifrån peritext och epitext, blev slutsatserna att marknadstexter och layout samverkar på ett tydligt sätt, genrerna är det man marknadsför gentemot kunderna och hur bildspråket och texterna är uppbyggd med hjälp av tydlig symbolik. Det finns ett tydligt samspel med hur man har arbetat med text och layout. Begreppet literacy nämndes tidigare i uppsatsen. Detta begrepp för hur vi umgås med litteraturen är essentiellt hos Dötid-apparna där vi ser att betoningen av tiden och tillgängligheten till litteraturen genomsyrar apparna. Den moderna människan umgås med litteraturen på teknikens villkor.<sup>65</sup> Den röda tråden i marknadsföringen av Dötid-apparna är tiden. Detta ser vi både i slogan, i bildspråket (minutvisarna) och i texterna. Förlaget tar till vara på den tydligaste fördelen med det

---

<sup>63</sup> Borg, 2013, s. 167

<sup>64</sup> Svedjedal, 2000, s. 46

<sup>65</sup> Roger Säljö, 2013, s. 183

digitala kortformatet; att formatet inbjuder till en snabb stunds läsning för den stressade, moderna människan. Detta är även något som även Novellix betonar. Därmed är det tydligt hur satsningen på e-novellerna utgår från dess korta format. Tack vare att novellerna är digitala blir distributionsaspekten ekonomiskt fördelaktig. När man dessutom utvecklar specifika appar kring kortformatet kommer den smarta mobilen in i bilden som ett viktigt verktyg. Vi är vana med att läsa på telefonen. Eftersom mycket av mobilläsningen är kortläsning såsom nyheter, uppdatering på sociala medier, bloggar med flera, måste läsning på mobil vara centrerade kring noveller. Men problematiken med Dötid-apparna är att de exkluderar flera företag genom att enbart göra apparna kompatibla med Apples produkter. Man kan även diskutera huruvida även noveller är ett för långt format för mobilläsningen. Japan gick ett steg längre och tog fasta på kapitel-läsningen. På det viset delar man upp novellen i mindre delar och gör läsningen ännu mer komprimerad och lättillgänglig. Valet av appar är däremot ett strategiskt beslut. Mobilen har man alltid med sig, och när läsningen befinner sig ett klick ifrån blir läsningen mer tillgänglig.

Genrerna är intressanta att diskutera ytterligare. Som noterat i analysen dominerar genrerna över titel och författarnamn. Genrerna är enkla att förstå, och huruvida dessa bottnar från en slags trendspaning eller från ett strategiskt val är omöjligt att svara på, men hur som betonar de alla en specifik känsla och en särskild komponent i läsningen. Genom att göra detta blir läsningen någonting annat. Den blir enklare och mer lik filmmediet. Dötid-apparna är därmed ett bra exempel på hur digital media har förändrat hur vi ser på böcker och hur vi ser på läsning.<sup>66</sup> Mediekonvergens är som nämnt förut karakteristisk för den digitala tidsåldern, vilket är påtagligt med Dötid-apparna.<sup>67</sup> Således måste bokmarknaden fortsätta att använda teknikförändringar och utvecklingen till sin fördel. För att försöka svara på frågan ovan, om apparna förmedlar en optimal läsning för digitala noveller, hänger svaret ihop med det faktum att Dötid-apparna erbjuder någonting mer än enbart filer.

Slutligen leder ovanstående in på det övergripande syftet. Hur kan förlagen hantera och marknadsföra det digitala kortformatet? Det man kan göra är att blicka utomlands och försöka efterlikna de förlag som kommit längre som exempelvis Penguin. Japan

---

<sup>66</sup> Svedjedal, 2000, s. 12

<sup>67</sup> Svedjedal, 2000, s. 12

är ett annat intressant exempel då de har kommit långt i utvecklingen med läsning på mobilen, vilket visat sig vara ett framgångsrikt koncept. Kanske är mobilen som läsverktyg en av framgångarna för det digitala kortformatet? Ett kortare format kräver möjligtvis ett lättare verktyg, något som inte läsplattan kan bidra med.

## 5. Avslutning – kortformatet och framtiden

Hur ser det då ut i framtiden för digitala noveller? Hur bör förlagen handskas med det digitala formatet? Potentiella framtidsscenarior för bokmarknaden är att det blir allt svårare att nå ut. Detta är ett trovärdigt scenario då läsning, speciellt digital sådan, numera konkurrerar med flera andra medier. Även om den tryckta boken konkurrerar om läsarens uppmärksamhet med tv-serier, film och radio, gör den digitala boken detta i större utsträckning då denna befinner sig på samma plattform som övriga medier.

Konsumtionsmönstren har redan förändrats och nedladdningsproblematiken är något som inte kommer att försvinna. Istället bör man därför erbjuda läsarna någonting mer än bara en fil. På grund av mediekonvergens är det möjligt för produktion av text, bild, ljud, video med flera, att ske i kombinationer.<sup>68</sup> Därav kan den digitala boken bli en multimedial produkt, mer än enbart text. I detta finns även potentialen att göra författaren till en mer aktiv del av verket. Att författaren kopplas samman med sin publik och att dessa kan integrera i samma virtuella rum. Alexandra Borg tar upp intressant forskning som genomförts där man undersökt hur människor integrerar med den fysiska boken. Resultatet av undersökningen har man därefter försökt applicera på den digitala boken.<sup>69</sup> Det som resultatet påvisade var hur läsning är någonting som är en aktiv process. Människor anteckningar gärna i marginalerna av boken och man diskuterar gärna boken med andra läsare. Med e-boken såg man en stark potential i att ta den aktiva läsningen ett steg längre. Genom att bygga upp ett slags socialt läsande, länkad till den digitala boken (exempelvis genom hyperlänkar), kunde man erbjuda läsarna diskussionsforum, ge dem möjlighet att länka filen vidare, att koppla upp den till sin privata blogg, med mera. I det sociala läsandet finns det

---

<sup>68</sup> ”När kommer boomen?”, 2011, s. 7

<sup>69</sup> Borg, 2013, s. 168

helt enkelt en enorm kommersiell potential som förlagen borde utnyttja mer. Vi ser detta även hos Dötid-apparna som smått har integrerat en slags social läsning genom att låta läsarna länka novellen via sociala medier. Detta är dock inte tillräckligt tydligt och inte heller tillräckligt utbrett. Det räcker inte att ta ett litet steg utan detta måste ske fullt ut för att produkten ska bli något mer och konkurrera med andra medier. Förlagen måste i framtiden bli vassare på social läsning.

Ett förslag på framtida utveckling för digitala böcker är 24Symbols.com som landerades 2011 av ett spanskt företag.<sup>70</sup> Tjänsten påminner om Spotify och man kan som kund välja mellan en gratisversion, finansierad av reklam, och en betalversion. Du laddar inte ned e-böckerna, utan streamar istället dessa till din dator. De har gått ut med att de inom kort kommer göra streamingen möjlig för iPad, iPhone och Android.<sup>71</sup> Liksom Mix förlags noveller är e-böckerna hos 24Symbols möjliga att dela vidare genom sociala medier och detta är någonting man tydligt uppmuntrar. Vad en sådan tjänst i framtiden kommer göra med e-läsning är intressant att se. Möjligheterna finns redan där då konsumenten redan är van med denna typ av tjänst. Det finns även en annan stor fördel med detta. Det är en databas som kan samla information om kundernas läsvanor och läsbeteenden. Digital läsning har trots allt förmågan att spåra och lagra information om konsumenten och kan på det sättet utveckla och ta fram produkter som man ser att kunden gillar och vill ha. Från förlagens sida är detta helt gratis. Därmed skulle det vara obegripligt om inte detta kommer expandera.

Uppkopplingen till sociala medier leder förhoppningsvis till optimal marknadsföring; nämligen mun-till-mun metoden. Jenkins tar upp hur en stark trend inom moderna medier är att man vill skapa en starkare förankring hos publiken än tidigare, genom att eftersträva ett större publikt deltagande.<sup>72</sup> Ett interaktivt berättande. Hos den digitala publikens engagemang existerar en stark maktaspekt som man inom marknadsföring kan använda sig av och som egentligen handlar om att dra nytta av kommunikationens krafter och gruppens villighet till delaktighet. Prosumenten, den aktiva konsumenten, kan vara källan till ökad digital försäljning

---

<sup>70</sup> ”När kommer boomen?”, 2011, s. 15

<sup>71</sup> ”När kommer boomen?”, 2011, s.15

<sup>72</sup> Jenkins, 2008, s. 15

hos förlagen. Men med detta kommer målgruppen att snävas ned ytterligare till de som är teknikfödda och vana med att vistas på digitala miljöer. Har man tur fångar man även upp målgruppen för e-böcker. Om inte krävs det att man i alla fall är medveten om vilken målgrupp som är den rätta genom att studera läsarnas beteendemönster och sociala mönster online. Därmed kan det bli vanligare med *Consumer insight* (information om kundbeteende), för förlagen att försöka spåra konsumenternas läsvanor, deras försäljningsvanor och liknande aspekter. Consumer insight kan kombineras med datainsamlingen. En sådan forskning för digital läsning tror jag hade påvisat mycket intressant fakta kring läsandet i en digital värld.

Möjligtvis kommer vanan gällande kortläsning leda till att digitala noveller får det lättare att nå ut än e-romanen. Då den moderna människan har snabbare konsumtionsmönster är det möjligt att läsarna är på jakt efter någonting behändigt och enkelt, i alla fall när det gäller digital läsning. Intressant framtida forskning hade varit att placera in de digitala novellerna i en kontext av mikrolitteratur såsom exempelvis Twitter. Det blir allt vanligare för författare att använda sig av sociala medier för att nå ut med sitt skrivande och marknadsföra sig själva. I detta existerar kortskrivandet.

Alexandra Borg tar upp hur Leslie Kaufman på The New York Times har skrivit en artikel om novellens många fördelar, och tar i denna text upp hur fördelarna lämpar sig extra bra för det digitala kortformatet. "[Readers of today] want to connect and want that connection to be intense and to move on".<sup>73</sup> Utvecklingen mot de digitala novellerna kan således idag fungera som en inköpsport för de som är ovana att läsa. Det korta formatet möjliggör för läsare som inte är vana att läsa, som inte har tiden och som framförallt är vana med att läsa annat via digitala plattformar och därmed får en naturlig ingång till ett digitalt, snabbt läsande. Den omedelbara och direkta nedladdningen var som helst och när som helst kan komma att vara källan till framgång för digitala noveller.

---

<sup>73</sup> Borg, 2013:2, s. 86

## Källförteckning

### Tryckta källor

Borg, Alexandra, "Läsning i den digitala tidsåldern", i *Läsning – RJ:S Årsbok 2013/2014*, red. Jenny Björkman och Björn Fjaestad, Makadam förlag, Halmstad, 2013

Borg, Alexandra, "Lättläst, kortläst, snabbläst – litteratur i det lilla formatet i digitaliseringens tidevarv", *Tidskrift för litteraturvetenskap*, nummer 2013:2

Genette, Gérard, *Paratexts: Thresholds of Interpretation*, Cambridge University Press, 1997

Jenkins, Henry, *Konvergenskulturen: Där nya och gamla medier kolliderar*, Bokförlaget Daidalos AB: Göteborg, 2008

Murray, Padmini Ray & Squires, Claire, *The digital publishing circuit*, University of Stirling, Volume 3 Number 1, 2013

Olsson, Jesper "Läsning i den digitala tidsåldern", i *Läsning – RJ:S Årsbok 2013/2014*, red. Jenny Björkman och Björn Fjaestad, Makadam förlag, Halmstad, 2013

Striphas, Ted, *The Late Age of Print: Everyday Book Culture from Consumerism to Control*, New York: Columbia University Press, 2009

Svedjedal, Johan, *The Literary Web- literature and publishing in the age of digital production: a study in the sociology of literature*, 2000

Säljö, Roger "Tecken och tekniker att minnas med", i *Läsning – RJ:S Årsbok 2013/2014*, red. Jenny Björkman och Björn Fjaestad, Makadam förlag, Halmstad, 2013

## Otryckta källor

Agrell, Beata, ”Novellgenren, traditionerna och experimenten”, i *Kulturtidskrift Ord och Bild*, 2012-11-06, <http://www.tidskriftenordobild.se/blog/nyhet/novellgenren-traditionerna-och-experimenten-2>

Bergström, Annika och Höglund, Lars, ”Tidiga läsare av e-böcker”, *SOM-institutet, Göteborgs Universitet*, 2012, [http://www.som.gu.se/digitalAssets/1453/1453863\\_22-bergstr--m-o-h--glund--e-b-cker.pdf](http://www.som.gu.se/digitalAssets/1453/1453863_22-bergstr--m-o-h--glund--e-b-cker.pdf)

Bonnierförlagen AB, ”Dötid Erotik – Läsupplevelser från MIX förlag”, <https://itunes.apple.com/us/app/dotid-erotik-lasupplevelser/id656166251?mt=8>

Bremmer, Magnus ”Försök att läsa hela texten om du kan”, *Svenska Dagbladet Kultur*, 2012-02-12, [http://www.svd.se/kultur/understrecket/forsok-lasa-hela-texten-om-du-kan\\_6842173.svd](http://www.svd.se/kultur/understrecket/forsok-lasa-hela-texten-om-du-kan_6842173.svd)

Djurberg, Sara, ”Fenix fick aldrig lyfta”, *Svensk bokhandel*, ur nummer 21, 2012-12-14

”Dötid-apparna”, *Mix förlag*, <http://www.mixforlag.se/dotid/>

”En app för tiden som är över”, *Bonnier förlagen*, 2012-03-30, Hämtad 2015-05-05

”Experimentlusta efter digital uppgång”, *SvD Kultur*, 2013-09-24, [http://www.svd.se/kultur/experimentlusta-efter-digital-uppgang\\_8549952.svd](http://www.svd.se/kultur/experimentlusta-efter-digital-uppgang_8549952.svd)

Hazard Owen Laura, “Penguin Lanches 'Penguin Shorts ' E-singles Series”, *Gigaom*, 2011-11-14, <https://gigaom.com/2011/11/14/419-penguin-launches-penguin-shorts-e-singles-series/>

”Japansk succé för mobila mininoveller”, *Sveriges Radio – Kulturnytt*, 2012-01-11, <http://sverigesradio.se/sida/artikel.aspx?programid=478&artikel=4900243>

Jenkins, Henry, “The cultural logic of media convergence”, *International journal of cultural studies*,:2004; 7; 33, <http://inside.jmk.su.se/documents/432/download>

Johnsson, Hans-Roland, ”Femtio nyanser av erotisk litteratur”, *Svenska Dagbladet kultur*, 2012-09-28, <http://www.svd.se/kultur/understrecket/femtio-nyanser-av->



[erotisk-litteratur\\_7535110.svd](#)

Määttä, Jerry, ”Science fiction tvingar oss att se med nya ögon”, *Svenska Dagbladet Kultur*, 2003-02-24, [http://www.svd.se/kultur/understrecket/science-fiction-tvingar-oss-se-med-nya-ogon\\_95211.svd](http://www.svd.se/kultur/understrecket/science-fiction-tvingar-oss-se-med-nya-ogon_95211.svd)

”Novellix”, <http://novellix.se/>

”När kommer boomen? – en kartläggning av e-boken i Sverige ur ett biblioteksperspektiv”, *Svensk biblioteksforening*, 2 maj-25 sep 2011, <http://www.kb.se/dokument/aktuellt/eboksutredningen.pdf>

“Storycuts – The future of the short story is here”, *The Random House Group*, <http://www.randomhouse.co.uk/lp/storycuts>

*Svenska Akademiens Ordbok*, Sökord: novell, <http://g3.spraakdata.gu.se/saob/>

“Vem lånar e-böcker från bibliotekens hemsidor?” Elib, 2003-2004, <http://www.elib.se/presentation/rapporter/enkat.pdf>

Åkerlund, Caroline ”Hon välkomnar Amazons intåg”, *Dagens industri*, 2014-02-08, <http://www.di.se/artiklar/2014/2/7/hon-valkomnar-amazons-intag/>

## Bilaga 1

Sveavägen 56  
Stockholm  
12 juni 201  
kl 23

SENASTE NYHETERNA

"MED NÄSAN I EN BOK"-BLOGGEN  
RECENSERAR EFTER STORMEN

"EN BOK OM DAGEN HÅLLER DOKTORN BORTA"-BLOGGEN OM CAROLINE L. JENSEN

EFTER STORMEN: ESTRADPOETEN & FÖRFATTAREN SOLJA KRAPU OM SVISKON OCH DIKTER

EFTER STORMEN: DYSTOPI PÅSSAR CAROLINE L. JENSEN SOM EN VARM OCH VÄLANVÄND HANDSKE

ANDRA OM MIX

"MED NÄSAN I EN BOK"-BLOGGEN  
RECENSERAR EFTER STORMEN

"EN BOK OM DAGEN HÅLLER DOKTORN BORTA"-BLOGGEN OM CAROLINE L. JENSEN

MED NÄSAN I EN BOK UPPSKATTAR EFTER STORMEN

LITTERATURMAGAZINET RECENSERAR "VÅR KAMP"

POPMANI OM "VÅR KAMP"

ÖVRIGT

LOGGA IN

INLÄGG VIA RSS

**Dötid Erotik**

DÖTID EROTIK. Het läsning med sju noveller plus tre kittlande romanutdrag. En ny läsupplevelse och ett måste för den nyfikne. Med diskret namn på din hemskärm.

**Dötid Science Fiction**

DÖTID SCIENCE FICTION. Sju noveller, ett romanutdrag och galaxer av upplevelser. Dessutom: läs tips och senaste nytt från sf-världen. Från MIX förlag och SF-bokhandeln.

App Store

App Store

## Bilaga 2

The screenshot shows a dark-themed website layout. At the top, there are three main sections:

- DÖTID EROTIK:** A pink header with a small icon. Text: "DÖTID EROTIK. Het läsning med sju noveller plus tre kittlande romanutdrag. En ny läsupplevelse och ett måste för den nyfikne. Med diskret namn på din hemskärm." Below is an "App Store" button.
- DÖTID SCIENCE FICTION:** An orange header with a small icon. Text: "DÖTID SCIENCE FICTION. Sju noveller, ett romanutdrag och galaxer av upplevelser. Dessutom: lästips och senaste nytt från sf-världen. Från MIX förlag och SF-bokhandeln." Below is an "App Store" button.
- LITTERATURMAGAZINET RECENSERAR:** A blue header with a small icon. Below it are links: "VÅR KAMP\*", "POPMANI OM VÅR KAMP\*", "ÖVRIGT", "LOGGA IN", "INLÄGG VIA RSS", "KOMMENTARER VIA RSS", and "WORDPRESS.ORG".

In the center, there is a large image of a tablet and a smartphone displaying the cover of "MIX Digitala NOVELLER SKRÄCK". Below this image is a section for "Dötid Skräck" with a clock icon. Text: "DÖTID SKRÄCK. Åtta skräckinjagande noveller – ett urval av det bästa inom genren. Dessutom: extra upplevelser, senaste nytt och mer lästips." Below is an "App Store" button.

## Bilaga 3



[View in iTunes](#)

This app is designed for both iPhone and iPad

**\$0.99**

Category: Books

Updated: Oct 24, 2013

Version: 1.3.2

Size: 18.4 MB

Language: English

Seller: Bonnierforlagen Ab

© MIX förlag

You must be at least 17 years old to download this app.

Infrequent/Mild Sexual Content and Nudity

Frequent/Intense Cartoon or Fantasy Violence

Frequent/Intense Realistic Violence

Frequent/Intense

Mature/Suggestive Themes

Frequent/Intense Profanity or Crude Humor

Compatibility: Requires iOS 4.3 or later. Compatible with iPhone, iPad, and iPod touch. This app is optimized for iPhone 5.

**Customer Ratings**  
We have not received enough ratings to display an average for the current version of this application.

**More by Bonnierforlagen Ab**

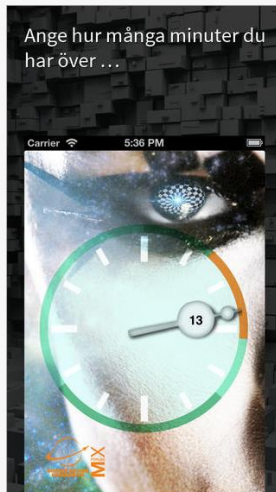
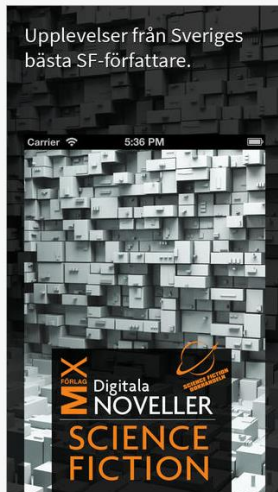


### What's New in Version 1.3.2

Tack för att du köpt Dötid Science fiction! Här kommer ett gäng finjusteringar för att toppa upplevelsen ytterligare. Fortsätt ge oss feedback och sprid ordet till dina medrymdtrafikanter. Och du, trevlig läsning!

### Screenshots

iPhone | iPad



### Customers Also Bought

## Bilaga 4

[View In iTunes](#)

This app is designed for both iPhone and iPad

**\$0.99**

Category: Books  
Updated: Oct 24, 2013  
Version: 1.3.2  
Size: 21.4 MB  
Language: English  
Seller: Bonnierforlagen Ab  
© MIX forlag

You must be at least 17 years old to download this app.


Frequent/Intense  
Mature/Suggestive Themes  
Frequent/Intense Realistic Violence  
Infrequent/Mild Profanity or Crude Humor  
Frequent/Intense Cartoon or Fantasy Violence  
Frequent/Intense Horror/Fear Themes

**Compatibility:** Requires iOS 4.3 or later. Compatible with iPhone, iPad, and iPod touch. This app is optimized for iPhone 5.

**Customer Ratings**

We have not received enough ratings to display an average for the current version of this application.

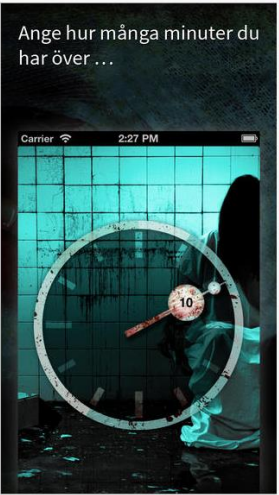
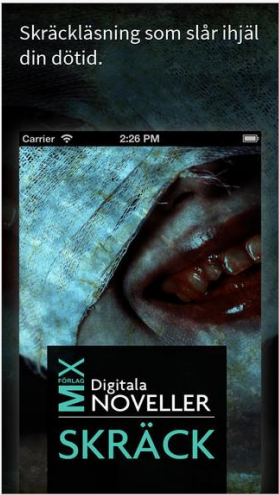
**More by Bonnierforlagen Ab**

 VEM?  
[View In iTunes](#)


Tack för att du köpt Dötid Skräck! Här kommer en uppdatering för att fördjupa rysningarna och förbättra upplevelsen ytterligare. Fortsätt ge oss feedback och sprid ordet till dina skräckdiggade vänner. Läs vidare – och håll skärmbelysningen tänd!

[...More](#)

**Screenshots** iPhone | iPad



**Customers Also Bought**



## Bilaga 5

[View In iTunes](#)

This app is designed for both iPhone and iPad

**\$0.99**

Category: Books  
Updated: Sep 09, 2013  
Version: 1.3.2  
Size: 15.2 MB  
Language: English  
Seller: Bonnierforlagen Ab  
© MIX forlag

You must be at least 17 years old to download this app.


Frequent/Intense  
Mature/Suggestive Themes  
Frequent/Intense Sexual Content or Nudity  
Frequent/Intense Profanity or Crude Humor


**Compatibility:** Requires iOS 4.3 or later. Compatible with iPhone, iPad, and iPod touch. This app is optimized for iPhone 5.

**Customer Ratings**

We have not received enough ratings to display an average for the current version of this application.

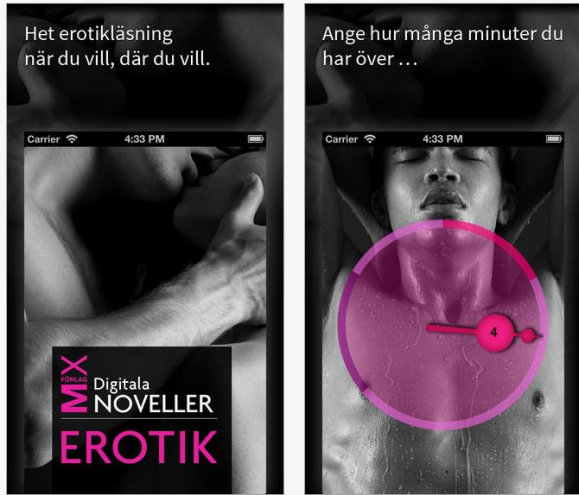
**More by Bonnierforlagen Ab**

 VEM?  
[View In iTunes](#)




- Enklare att betygsätta din läsning.  
- Buggfixar

**Screenshots** iPhone | iPad




**Customers Also Bought**



## Bilaga 6


Noveller | Novellix x printscreen pc - Google Sear x  
 novellix.se/noveller/

HEM NOVELLER FÖRFATTARE PRENUMERERA KÖP FÖRETAG/SKOLA PRESS KONTAKT/OM SÖK



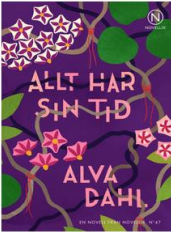
**HÄGRING**  
Oline Stig

Det var Bo Mellinder som hade introducerat henne efter att Lars-Olof hade läst några av hennes spirituella kommentarer på hans vägg. "Ovanlig kvinna, mycket intelligent och underhållande", skrev Bo, när han frågade sig för. "Tjugofyra år, bosatt i Lund, studerar konsthistoria. Leder av en ovanlig ögonsjukdom som kommer göra henne blind innan hon är trettio. Du kommer inte ångra hennes vänskap..."




**ALLA VILL BARA GÅ HEM**  
Daniel Sjölin

Nu får det fan vara nog. Nu måste man beta av puckeln med mejl och tänka ut rätt blandning av bedövning och belöning. Nu måste man rädda pandorna och demokratin. Nu messar man de hemlösa. Nu mår man riktigt dåligt. Nu bokar man kurs i att finna nuet. Nu jävlar ska det bli spikmatta och klangressa, nu jorjar man efter worken. Nu ringer man maken och ber honom hämta. Nu svarar han. Nu pratar man med honom, nu försöker



**ALLT HAR SIN TID**  
Alva Dahl

Vad kände jag för honom? Att han var ond. Huggen i strupen gjorde mig rädd att jag inte skulle lyckas ta mig hem på cykeln, men jag var också rädd på någon mer abstrakt nivå för att det nu var bevisat att han fortfarande fanns och gick runt på jorden, och till och med i min stad där jag trodde att det inte fanns en enda människa jag kände hemifrån.



**HERR KADAR**  
Håkan Nesser

En halvtimme senare befann vi oss mycket riktigt utsträckt i vitstolar under skuggande parasoll med Indiska oceanen stillsamt skvalpande fem meter nedanför våra fötter. Vi själva. Italienarna. Det tyska paret och engelskorna. Ett par som inte hade varit med på planet dessutom, och som vi snart diagnosticerade som holländare. Dock inte herr Kadar.


Formgivning: Karin Rönmark

SV 10:11 2014-06-30

## Bilaga 7

Novellixbutiken | Novellix x  
 novellix.se/butik/

NOVELLIXBUTIKEN 5 FÖLJ START A Tictail




**SELMA LAGERLÖF-ASKEN**

En vacker ask med Selma Lagerlöfs klassiska noveller:  
 Dödskallen  
 Vägen mellan himmel och jord  
 Tjänsteanden  
 Frid på jorden


**129 SEK**

**STUDENTTIDER**



Ska du på studentmottagning? Vi kan tipsa om den bästa studentpresenten – en ask noveller! Beställ hurra-asken och plocka ihop din egen blandning här!

**ÄNTLIGEN!**



SV 10:14 2014-06-30