

Kandidatuppsats i Förlags- och bokmarknadskunskap  
Institutionen för kulturvetenskaper  
Lunds universitet

# Samtidig, plattformsoberoende och materiell

—

En undersökning av kandidatuppsatser vid Förlags- och  
bokmarknadskunskap vid Lunds Universitet.

Freke Räihä

Seminariedatum: 26/8-14.

Opponent: Jonas Enström

Handledare: Sara Kärrholm

Examinator: Ann Steiner

## Abstract

This paper examines the subject matters and to some extent, methodology and theoretical basis within a selection of bachelor papers in the discipline Publishing Studies in the course Förlags- och bokmarknadskunskap [Editing, publishing and the bookmarket]. The study contains a discussion about the discipline's role as professional preparatory and how the bachelors portray this through the focus their essays have taken. The paper put an emphasis on the interdisciplinarity of the discipline and uses Simone Murray's theories of Publishing Studies and Johan Svedjedals Sociological studies of literature approach in an attempt to find the coherent theory and methodology of which Murray speaks. The bottom line is that the academic tools that Murray is looking for are present in the Sociological studies of literature which thus negates Murray's constructed search.

Denna uppsats undersöker ämnesval samt i viss mån metodik och teoretisk utgångspunkt inom en avgränsning bland en mängd kandidatuppsatser inom disciplinen förlagskunskap i utbildningen Förlags- och bokmarknadskunskap. I undersökningen finns ett resonemang kring dessas yrkesinriktning och hur uppsatsskribenterna gestaltar detta genom de fokus som deras uppsatser tar. Undersökningen tar också fasta på disciplinens interdisciplinäritet och använder sig av Simone Murrays teorier kring Publishing Studies och Johan Svedjedals litteratursociologiska förhållningsätt för att försöka finna den sammanhängande teori och metod som Murray efterfrågar. Kontentan är dock att de akademiska verktyg som Murray letar efter finns hos litteratursociologin vilket således negerar Murrays konstruerade sökande.

Nyckelord: förlagskunskap; bokmarknadskunskap; interdisciplinär; litteratursociologi; vetenskaplig teori; Murray; Svedjedal

# Innehållsförteckning

Inledning.....	4
Syfte.....	4
Material och avgränsningar.....	4
Metod.....	5
Teori.....	6
Publishing Studies.....	7
Litteratursociologin.....	8
Tidigare forskning.....	9
Bakgrund.....	9
Analys.....	11
Skribenternas metodik.....	17
Skribenternas teorier.....	21
Diskussion och slutsats.....	22
Vidare forskning.....	25
Källor:.....	26
Primärmaterial.....	26
Sekundärmaterial.....	26
Bilaga 1, kandidatuppsatser registrerade i LUP våren 2014.....	29
Bilaga 2, kandidatuppsatser som inte är registrerade i LUP våren 2014.....	33

## Inledning

En akademisk disciplin ”definieras av en objektsdomän, en samling metoder, en korpus av påståenden som hålls för sanna, ett spel av regler och definitioner och av tekniker och instrument” hävdar Michel Foucault i *Diskursens ordning* (1993, s. 26) och då utbildningen Förlags- och bokmarknadskunskap är förhållandevis ung och kommen ur ett flertal olika discipliner så kan det vara intressant att undersöka vad själva disciplinen förlagskunskap genom utbildningen producerar för kandidater och hur dessa går till väga i sina uppsatser för att reproducera utbildningens uttalade mål om att ”erbjuda studenten såväl teoretiskt reflekterande som praktisk kompetens, samt en gedigen grund att stå på inför olika yrken inom förlag och bokmarknad” (LU, u. å., hemsida). Denna yrkesinriktning kan anses problematisk då den akademiska utbildningen möjligen kan stå i ett alltför starkt beroendeförhållande till de ekonomiska intressen som styr i bokbranschen under förutsättning att det inte samtidigt finns en överhängande kritisk analys av detta förhållande och de förhållanden som råder på den kommersiella bokmarknaden.

## Syfte

Syftet med denna studie är att undersöka hur utbildningen Förlags- och bokmarknadskunskap ställer sig i förhållande till forskningsfältet förlagsvetenskap i stort.

## Material och avgränsningar

De tjugofyra kandidatuppsatser<sup>1</sup> som föreligger undersökningen kommer från Lund University Student Papers (LUP) och är främst avgränsad till Institutionen för kulturvetenskaper under disciplinen förlagskunskap – Förlags- och bokmarknadskunskap – samt är tillgängliga i LUP som fulltext. Då utbildningen Förlags- och bokmarknadskunskap på examensnivå vid Lunds Universitet är ungt, det äldsta arbetet som är publicerat på kandidatnivå gjordes så 2009, så är materialet begränsat – men de examensarbeten som skrivits utgör ändå en omfattande källa till kunskap för denna undersökning. Akademiska utbildningar med inriktning mot förlagsbranschen är förhållandevis nytt även internationellt och inte förrän den senare delen av 1990-talet startades det utbildningar som kunde ge en akademisk examen (Schultz Nybacka i Friberg & Zawall, red., 2013, s. 71).

En viss ökning i antalet publicerade uppsatser i LUP från 2009 års enda publicerade uppsats kan skönjas om än att antalet i stort håller sig på en jämn nivå efter detta första år. 2010 publicerades på

---

1 Vid Institutionen för Kulturvetenskaper är sammanlagt 42 uppsatser registrerade men dock bara 25 publicerade på LUP. Samtliga använda uppsatser redovisas i ”Bilaga 1” medan övriga redovisas i ”Bilaga 2”.

LUP 6<sup>2</sup> stycken och året efter, 2011, publicerades det 5 stycken – medan det år 2012 och 2013 publicerades 6 respektive 7 stycken. 2010 var för övrigt det första året efter att Arbetsutskottet i Styrelsen för humaniora vid Lunds Universitet den 5/5 2010<sup>3</sup> tog beslut om att alla examensuppsatser vid Lunds Universitet (LU) skall publiceras i fulltext på universitetets allmänt tillgängliga plattform LUP samtidigt som de skall inlämnas utskrivet på papper till institutionen. Då detta beslut påverkar utslaget hos undersökningen så utesluts även 2009 års uppsats för att fokusera på de uppsatser vilka – i enighet med LU:s riktlinjer – torde vara de enda som godkänts i utbildningen sedan kravet på publicering i LUP framställdes. Fokus ligger således på de digitalt tillgängliga tjugofyra uppsatser som skrevs mellan 2010 och 2013. Detta gör att undersökningen och den kanon i utbildningen som uppsatserna formar också är komna ur det institutionella kravet att vara tillgängliga för allmänheten och därmed kan denna tanke på publicering av uppsatsskrivandet i någon mån också tänkas ingå i arbetsprocessen.

Det kan tyckas vara en sak att definiera en utbildning utifrån den intention som kommer från institutionens sida, men för att skapa en reell bild av vad en utbildning gör och hur studenterna som befolkar den tolkar detta forskningsfält så måste andra analyser än en diskursanalys av kursplanen för den utbildning som specifikt möjliggör examinerande vetenskapliga arbeten i förlagskunskap göras – även om kursplanen kommer att användas i denna uppsats huvuddel. Därför måste främst de offentliggjorda akademiska arbeten som ingår i kandidatkursen och som publiceras med en tänkt permanens i LUP vara intressanta för denna undersökning då de ger en viss insikt i utbildningens prioriteringar och den självbild som reproduceras genom uppsatserna.

## Metod

I linje med uppsatsens syfte och med utgångspunkt i materialet är det rimligt använda sig av en kvalitativ idéhistorisk metod. Förfarandet har varit att först undersöka materialet induktivt och observerande för att sedan dra slutsatser över vilka generella ämnesområden uppsatserna låter sig kategoriseras i. Uppsatsernas innehåll jämförs med varandra, kursplanens mål samt en del av den för utbildningen tongivande teori som presenteras nedan.

Idéhistorikern Lennart Olausson menar i sin *Idéhistoriens egenart*, (Olausson, red., 1994, s. 28) att varje analys av en text måste föregås av en av beskrivning den. Olausson menar vidare att formen också är viktig i en sådan analys, men då alla texter är skrivna i den akademiska kategorin ”Kandidatuppsats i kulturvetenskap” vid samma institution och disciplin så är deras form i stort sett identiska. Uppsatserna analyseras därför genom en uppdelning i ämnesval, teori och metodik i

---

2 Samt: *Börs och katedral: ekonomiska och estetiska värden på Albert Bonniers Förlag* (2010) av Anna-Lina Brunell & Anna Fransson, som var den enda som hittades registrerad men som inte fanns i fulltext.

3 För Lunds Universitet internt dokument: Beslut med diarienummer 2010/77.

övergripande områden som i viss mån överlappar varandra men som kan erbjuda en överblick och ett material att resonera kring och sättas i relation till en artikel av Simone Murray och litteratursociologen Johan Svedjedals teorier samt en större mängd för ämnesområdet relevant, men inte alltid framställt på forskningsgrund, sekundärlitteratur i form av branschtexer, marknadsföringsteorier och annat material som lyfts fram under utbildningen i Förlags- och bokmarknadskunskap. Detta görs möjligt för att utbildningen har uttalat att studenterna vid avslutad kandidatkurs ska ”på ett konstruktivt sätt kunna hantera uppgifter och problem i en bokbranschrelaterad yrkesutövning” (LU, 2010, kursplan). Störst fokus kommer att ligga på en undersökning av ämnesval då dessa utgör den största variationen i kandidatstudenternas undersökningar. Detta kommer att erbjuda en inblick i och en ökad förståelse för några av de förhållningssätt som disciplinen utgår från vid sitt säte genom utbildningen på Lunds Universitet. Den överlappning mellan ämnesvalen som skett under uppdelningar av de olika ämnesvalen hos kandidatstudenternas uppsatser har gjorts i ett antal övergripande ämnesområden som kan representera delar av disciplinen förlagsvetenskap samt Förlags- och bokmarknadskunskap och dess olika angreppssätt på sitt speciella fokusområde. Flera av dessa ämnesområden överlappar varandra och bildar ett intrikat nätverk kring boken som kulturell riktning, boken som materiellt och kommersiellt objekt samt för undersökande av kulturen kring den. Denna undersökning kan dock inte sägas tala för hela disciplinen – eller ens utbildningen i sin framtida form.

## Teori

Här presenteras de två teoribildningar som uppsatsen utgår från. Utifrån idéanalysen används förlagsvetaren Simone Murrays resonemang kring vad disciplinen Publishing Studies, Förlags- och bokmarknadskunskaps internationella motsvarighet, är och vilka metoder som, enligt henne, kan anses vara giltiga för undersökningar inom den. Murrays text är visserligen skriven utifrån en brittisk kontext men den har flertalet beröringspunkter med de förlagsstudier som bedrivs i en svensk kontext med utgångspunkt i Svedjedals samtida litteratursociologiska förhållningssätt. Både Murray och Svedjedal framför tydligt att deras respektive discipliner är interdisciplinära, det vill säga utforskar ett material utifrån flera olika vinklar och med metoder hämtade från andra vetenskapliga (och litterära) metoder. Det finns således betydligt fler likheter mellan vad som kan skönjas som teorier hos dessa två professorer än vad det går att urskilja olikheter.

När Murray delar upp sin disciplins utgångspunkt i ett antal utgångspunkter: branschrelaterad forskning och arbetsförberedande information; personliga berättelser i form av exempelvis förlagsbiografier eller förläggarmemoarer; bokhistoria; kulturvetenskapliga studier, såsom kommunikations- eller mediastudier, kritiska kulturstudier och sociologiska studier; samt ett

nationellt eller postkolonialt studieperspektiv (Murray, 2006, s. 4, min övers.) så talar hon om ett etablerat forskningsmaterial men efterlyser samtidigt en snävare disciplinering av, i hennes fall, Publishing Studies – medan Svedjedal nöjer sig med att definiera litteratursociologin som undersökande litteraturens ”produktion, distribution och konsumtion” (Svedjedal, red. 2012, s. 77).

## Publishing Studies

I ”Publishing Studies: Critically Mapping Research in Search of a Discipline” (Murray, 2006) förklarar Simone Murray att disciplinen Publishing Studies i sig inte har mer än ett tjug år på nacken och inte har varit föremål för några postdoktorala studier förrän de närmaste åren, något som kan förklara motsvarande forskningsområde i en svensk kontexts få utbildningar på universitetsmarknaden och de fåtalet examensarbeten inom det som finns tillgängliga. I sin text drar Murray slutsatsen att studiet av den disciplin hon forskar inom och som nu finns i nationella motsvarigheter på ett flertal internationellt erkända forskningsuniversitet, som exempelvis Lunds, också har satt press på Publishing Studies att utveckla en mer kritisk hållning, än tidigare mer deskriptiva arbeten inom disciplinen. För att utveckla denna kritiska hållning menar hon att det avkrävs den ett sammanhängande teoretiskt paradig och en gemensam metodologi istället för den påtvingade interdisciplinäritet som kommit sig av att Publishing Studies tidigare har författats med andra akademiska och litterära medel. Publishing Studies bör enligt Murray behandla boken som materiellt objekt snarare än att fokusera på dess rent estetiska och textuella aspekter<sup>4</sup> genom att undersöka ”contemporary structures, economics and cultural politics of the book publishing industry” (2007, s. 4).

Murray identifierar som sagts ovan fem utgångspunkter inom sin disciplin. Dock kritiserar Murray användandet av Bokhistoria inom Publishing Studies då den senare disciplinen främst borde förkovra sig inom den samtida bokmarknadens problematik (2006, s. 16). Denna samtida undersökning av bokmarknaden måste också ta hänsyn till samtidens plattformsöverskridande publiceringssätt (2006, s. 16f.) – hon menar vidare att en bok kan befina sig i ett kontinuerligt mediaflöde mellan parallella mediaformat och att det därför är av vikt för forskaren att besitta tillräckliga verktyg för att hantera boken i sin fulla kontext. Som synes och som Murray också påpekar så överlappar många av hennes uppräddade utgångspunkter eller förhållningssätt varandra och flertalet texter som kan attribueras som relevanta inom disciplinen Publishing Studies använder också ett antal av dessa perspektiv i sitt berättande eller analyserande. Murray avrundar sitt resonemang kring de noder hon anser definiera Publishing Studies med att se till sin disciplin som en vilken kan ge ett märkbart bidrag till den samtida kulturteorin och hävdar samtidigt att det är

<sup>4</sup> Detta påstående kan verka lite vagt formulerat. Men när Murray talar om ”rent”, eller ”purely” som det heter i originaltexten, så lämnar hon också utrymme för att diskutera även dessa aspekter i relation till bokens materialitet.

genom att gå i dialog med den samtida kulturteorin som Publishing Studies styrkor kan lyftas fram; som sådana anger hon främst sin disciplins framhävande av materialiteten hos text och de institutionella krav en text underkastas i samband med publicering.

## Litteratursociologin

Johan Svedjedal menar i sin översiktstext ”Det litteratursociologiska perspektivet” att litteratursociologin, som namnet förevisar, sysslar med studier av litteraturens villkor i en samhällelig kontext (i Litteratursociologi, Svedjedal, red., 2012, s. 77), vidare säger han att litteratursociologin inte direkt är en egen disciplin inom akademien utan snarare ett övergripande förhållningssätt som kan användas i studier som också har ett annat fokus (a. a., s. 76; 84f.). De huvudsakliga litteratursociologiska forskningsområdena, förtydligar Svedjedal på sidan 77 i samma översiktstext, är analytiska studier av litteraturens ”produktion, distribution och konsumtion”, men också att den som disciplin är inklusiv och försöker betrakta hela skönlitteraturen<sup>5</sup> och de fenomen som omgärdar den; dessutom innebär litteratursociologin en historiematerialistisk människosyn vilken hävdar att människan konstrueras av sina materiella förutsättningar, sin historia och den position den innehar i ett samhälle (a. a., s. 85). Svedjedal hävdar vidare att litteratursociologin kan använda sig av en vetenskaplig distans för att främmandegöra objektet i en undersökning. Detta främmandegörande gör att forskaren kan få syn på objektet för undersökningen i ett nytt perspektiv som ändrar vår uppfattning av verkligheten (a. a., s. 73) och därmed skapar en ny kunskap. Svedjedal gör gällande att litteratursociologin i Sverige räknas in under litteraturvetenskaperna men att ämnet internationellt sett ofta förknippas med teorier som också tas upp av Murray ovan: kritiska kulturstudier, bokhistoria, läsar- och receptionsforskning, retorik samt, bland flera andra: materialistisk kvinnolitteraturforskning, etnicitetsforskning och empirisk litteraturvetenskap (a. a., s. 76; 85). Enligt Svedjedal ligger dessa nära hans syn på litteratursociologin – han anser att de delar många intresseområden och grundantaganden, såsom idén om att människan är en samhällsvarelse och där historieskrivningen är ett medel för att besvara övergripande frågor om litteratur och samhälle (a. a., s. 81; 85).

Sätt att bedriva forskning av litteratursociologiskt intresse är, liksom Murray hävdar att Publishing Studies gör, genom att titta på exempelvis förlagshistoria, förläggare genom monografier, bokmarknadsöversikter (Svedjedal, red., 2012, s. 80-83). Men det är tydligt att litteratursociologin – som liksom Publishing Studies lämnar möjlighet till – inkluderar ingående verksanalyser på litteraturvetenskaplig grund. I några aspekter skiljer sig litteratursociologin från Publishing Studies när det gäller bredd hos dess intresseområden; litteratursociologin kan närmast

<sup>5</sup> Här måste FBMK transcendera Litteratursociologin då FBMK inkluderar även facklitteratur, läromedel och rimligtvis andra verk som faktiskt förläggs.



beskrivas som ett disciplinärt paraplybegrepp där både Publishing Studies och förlagskunskapen inom Förlags- och bokmarknadskunskap kan sägas ingå. Till skillnad från Publishing Studies och Förlags- och bokmarknadskunskap så har litteratursociologin genom ett antal tongivande forskare konstruerat flertalet disciplinspecifika modeller och teoribildningar (Svedjedal, 2012, s. 77f.) som är applicerbara i dessa två mindre, och yngre, discipliner – som liksom bokhistoria vuxit ur det litteratursociologiska perspektivet. Litteratursociologin undersöker som sagt sambandet mellan litteratur och samhället den uppkommer ur och är en betydligt bredare forskningsinriktning än både Publishing Studies och förlagskunskap.

## Tidigare forskning

Det finns omfattande forskning i närliggande discipliner men mycket lite som direkt berör det ämnesval som denna uppsats tar upp. Främst lyfts Simone Murray fram, som är en brittisk forskare i den angränsande disciplinen Publishing Studies, och som har skrivit en artikel vilken försöker belysa ut vad hennes disciplin, i en brittisk kontext, gör. Värt att nämnas i sammanhanget är att det bedrivs forskning och publiceras examensarbeten om förlags- och bokmarknaden vid flertalet institutioner i Sverige. Inte minst inom de utbildningar som specifikt fokuserar på förlagskunskap. Det finns, bland annat, även relevant forskning vid Företagsekonomiska institutionen vid Stockholms Universitet och Kulturvetenskapliga institutionen vid Lunds Universitet samt forskningen i Litteratursociologi som alla har beröringspunkter med disciplinen. Dock är mängden forskning allt för omfattande för att kunna beskrivas här, men den rör sig – generellt sett – i gränslandet mellan forskarnas egna discipliner, och oftast med ett perspektiv från denna, och med bokmarknaden som intresseområde, gärna med en samtida problematik och ofta med en historisk förankring.

## Bakgrund

En kurs liknande Förlags- och bokmarknadskunskap men på avancerad nivå finns vid Stockholms Universitet (SU) men denna är betydligt kortare, består till en fjärdedel – 10 veckor – av en verksamhetsförlagd praktik (VFU) i relation till den vid LU där kandidatkursens sista termin består av bland annat 6 veckors inledande VFU, dessutom saknar utbildningen vid SU möjlighet att inom dess ramar skriva ett examensarbete, det togs bort ur utbildningen – men magisteruppsatser skrevs i ämnet vid SU under åren 2007 till och med 2010 (Friberg & Zawall, 2013, s. 76). Dessa berörs inte ytterligare. Utbildningen vid SU initierades i samverkan med förlagsbranschen och är placerad under den Historiska institutionen som kulturvetenskaplig kurs. Det finns även en kortare kurs under Litteraturvetenskapliga institutionen vid Uppsala Universitet (UU). Denna motsvarar 7,5 högskolepoäng på avancerad nivå och är valbar inom ramen för UU:s masterprogram i litteratur-

vetenskap eller retorik. Vid Uppsala universitet bedrivs omfattande forskning i litteratursociologi under en av detta arbetes teoretiker, Johan Svedjedal. Denne räknas som en av de tongivande inom litteratursociologin och bär arvet efter Lars Furuland och Bo Bennich-Björkman som grundlade fakultetens intresse för Litteratursociologi 1965 (UU, 2014, hemsida).

Om förlagsutbildningarna har det dessutom i branschtidningen *Svensk Bokhandel* publicerats flera artiklar med fokus på förlagsutbildningarna i Sverige. Branschtidningens undersökning sträcker sig mellan 2000-2009 med fokus på utbildningen vid Stockholms Universitet samt mellan åren 2005 till och med 2009 gällande utbildningen i Förlags- och bokmarknadskunskap vid Lunds Universitet – men har som störst behållning om en intresserar sig för förhållandet mellan utbildningarna och arbetslivet. Pamela Schultz Nybacka, har i jubileumsskiftet *Always on the hunt – Adam Helm Lecture 20 år* (red. Friberg & Zawall, 2013) skrivit om Stockholms Universitets förlagsutbildning i kapitlet ”Duktiga, självgående och anställningsbara”. Denna sorts branschtexter, som belyser samtida fenomen i en större samhällelig kontext – liksom olika former av förlags-, förläggars- och författarbiografier samt andra skrifter – kan ha betydelse för en enskild undersökning av en särskild del av bokmarknaden, liksom och inklusive statistik, rapporter och kulturvetenskapliga studier kunde ha relevans för studier med liknande metod eller ämnesintresse.

En intressant parallell är själva utbildningarnas upplägg. Förlags- och bokmarknadskunskap bestod under åren 2013-2014 av både övning i praktiskt förlagsarbete, såsom marknadsföringsanalyser och marknadsföringstexter samt övningar i InDesign och formgivning, men också kulturteori och en VFU. Kontentan av detta är att det redan i upplägget finns ett interdisciplinärt angreppssätt. Enligt Schultz Nybacka så ville magisterkursen vid SU under åren 2007-2010 ”... med kompletterande ämneskompetenser spegla förlagens sammansatta identitet som både kultur- och affärsverksamhet” (Friberg & Zawall, 2013, s. 76) och just det är relevant för alla discipliner vilka undersöker detta intresseområde, eller ”objektsdomän” för att använda Foucaults uttryck. Något som också återkommer i Johan Svedjedals definition av disciplinen Litteratursociologi och Simone Murrays definition av Publishing Studies. Schultz Nybacka hävdar vidare att Förlagskunskapen vid SU, när den var magisterutbildning och gick under namnet Förlagsvetenskap, med en interdisciplinär ansats kombinerade ett Litteratursociologiskt perspektiv med organisations- teoretiska och kulturteoretiska perspektiv och att studenterna, med sitt examensarbete, bidrog till det vetenskapliga arbetet i ett nytt och formbart forskningsområde (Friberg & Zawall, 2013, s. 76f.). I dag, 2014, är Förlags- och bokmarknadskunskap vid LU den enda utbildningen med ett specifikt examensarbete (på kandidatnivå) av sitt slag i Sverige.

## Analys

I uppdelningen nedan kan flertalet exempel visa på att det som studenterna intresserar sig för är liknande den problematik som bokbranschen i stort uppehåller sig vid i dagsläget. Något som kan stärka (disciplinen och) utbildningen som yrkesförberedande inom sagda bransch. Att disciplinen söker lösa de problem som just nu är relevanta för bokbranschen, något som är tydligt formulerat i utbildningens kursplan, att studenterna efter genomförd utbildning ska: ”kunna använda sina ämneskunskaper för att identifiera, beskriva, tolka och argumentera kring bokmarknadsrelaterade fenomen och frågeställningar” (LU, 2010, kursplan).

Frågor om hur en bok säljs och hur läsaren interagerar med den är som mest utrett bland kandidatuppsatserna, tätt därefter kommer föga förvånande frågan om vad en bok är. På god tredje plats finner vi problematiseringen av genre och litteraturpolitiken samt ägandet av produktionsmedlen, dessutom – aktörerna på bokmarknadens självframställning och mediebild och de förutsättningar som råder för handeln med böcker. Det ämne som ägnas minst uppmärksamhet är produktionen av den egentliga boken och då främst genom en diskussion av självpublicering. Att dessa ämnesval i viss mån kan representera studenternas ”...fördjupade kunskaper om förlags- och bokmarknadens struktur, funktion och praxis” (LU, 2010, kursplan) skulle kunna läsas som en sinnebild av bokbranschen som den såg ut 2010-2014, eller egentligen vilka frågeställningar som uppkommit hos studenterna under utbildningens gång och som de uppfattar i den litteratur och den branschrelaterade kunskapsinhämtning som erbjudits dem genom utbildningen.

Bokens former, det vill säga hur boken materialiseras (eller möjligen digitaliseras) är intressant för flertalet skribenter och kan sägas ingå i Svedjedals indelning som ”produktion”, något som Murray rubricerar som arbetsförberedande studier – något som kommer att vara genomgående bland uppsatserna. Gimstedt & Wåglin (2010) och Gustavsson & Vemmenby (2010) diskuterar hur läsakten berörs av olika former av elektroniska plattformar för läsande samt dess förutsättningar liksom Lindberg & Takemoto (2012) diskuterar i sin sociologiska undersökning av läsvanor också medium som en aspekt i sin analys. Lindahl & Hempel (2011) diskuterar digitaliseringen av läromedel och hur formatet kan användas i syfte att uppnå en specifik läsning. Docenten i Nordiska språk Alva Dahl frågar sig, liksom flera av kandidatstudenterna, hur representativ e-boken kan vara. Dahl skriver i sin artikel ”Textmaterialitet i en e-bok” i *Biblis* nr. 64 en analys av bland annat e-bokens typografiskt felaktiga teckenanvändning och, i relation till verkets utgåva som pappersbok, dess konformerade typografi som inte speglar pappersutgåvans betydelsebärande dito (Svensson & Jacobsen, red., nr. 64, 2014, s. 44) – publiceringen av denna artikel styrker idén som skapas av det starka intresset hos FBMK-studenterna, att e-boken fortfarande är i sin linda och att dess format

behöver utvecklas och definieras. ”Under de senaste åren” inleder Dahl (Svensson & Jacobsen, red., 2014, s. 38) ”har förlag, bibliotek och bokhandlare satsat stort på e-böcker, och en stor del av den nyutkomna skön- och facklitteraturen utkommer i dag både som tryckt bok och som e-bok.” Liknande incitament finns att framhålla i flertalet av de artiklar som finns att tillgå i *Svensk Bokhandel*, exempelvis ”I uppstartsfasen” (Jönsson, red., Ottsjö, s. 12-19) från nr. 5, 2014, som bland annat behandlar olika former av tekniska lösningar och hur marknaden för dem ser ut. Sammantaget visar detta tydligt på hur e-boken är en samtida fråga, men genom att sätta det i perspektiv så har formatet böcker formats i intresserat forskare under en längre tid. Den tyske mediehistorikern Friedrich Kittler (2003, s. 13) menar att det är när ett nytt medium framkommer som det gamla blir synligt, därför är det intressant att mycket lite forskning kring det mest självklara medium, eller format, som boken trycks och säljs i: kodex, framställs på denna nivå om än att jämförande studier är legio. Möjligen kan det hamna på den närliggande disciplinen Bokhistoria att göra noggrannare undersökningar av boken som vi kände den. Se också Lundblad som i sin studie undersöker bokens format som markör för den historiska epok som den tryckts i (2010, s. 25-28). Björling & Fredin (2013) i sin tur diskuterar olika bokformat av samma bok genom historien, både tryckta på papper och elektroniska i en komparativ studie, medan Hysing (2013) diskuterar bokomslag på pappersböcker och elektroniska böcker. Dessa undersökningar ligger nära Hansson & Robertsson Salas (2013) som diskuterar vilka egenskaper och värderingar som åläggs pappers- respektive e-bok liksom Athoraya & Linder (2011) som diskuterar bokens materialitet kontra dess abstrakta innehåll, verket. Den samtida rapporteringen kring digitala- kontra pappersböcker upptar också en avsevärd andel av branschtidskriften *Svensk Bokhandel*, exempelvis talas det på sidan 7 i nummer 11/14 från ”digitalkonferensen” *The Next Chapter* om att den digitala boken kommer att fortsätta att spegla den fysiska och att dagens bokköpare köper böcker för att äga objektet och inte informationen. Denna materialitet är intressant för samtliga aktörer på bokmarknaden då textens materiella former och strukturer faktiskt styr den läsning som verket erbjuder i – något som styrks av docenten i litteraturvetenskap Thomas Götselius i dennes ”Läsningens lätthet, böckernas tyngd. Boken och de mediala revolutionerna. The Georg Svensson lecture 2011”, publicerad i *Biblis* nr. 57 (Svensson & Jacobsen, red., 2012), men också lyfts fram av lektorn i FBMK Ann Steiner (2012, s. 107).

Marknadsföringen av sagda böcker är en annan central del av bokbranschen, i det att annars hade böckerna troligen inte blivit sålda och investeringen i den som författare och förlag gjort gått om intet och den färdiga boken makulerats. Vilket också märks i den stora mängd uppsatser som tar upp detta. Andersson & Offner (2010) diskuterar marknadsföring genom sociala medier och förlagens egna hemsidor, liksom Elmqvist & Kristensen (2010) som också diskuterar marknadsföring genom

sociala medier och genom en snabb titt genom det sociala mediumet Facebooks sökfunktion för ”Sidor”<sup>6</sup> så hittas (den 3/8-14) fler än 100 förlag, men främst mindre – något som också framkommer genom dessa studier.

Dubberke (2012) diskuterar marknadsföringen och sökandet efter en målgrupp för en serie av böcker; delar av en marknadsplan ingår också i uppsatsen. Sökandet efter målgrupp som är en av marknadsföringens stora färdigheter ingår också i Lundgren & Nilsson (2012) som diskuterar marknadsföringsstrategier för ung-vuxenlitteraturen i den fysiska bokhandeln och Styrbjörn (2012) som diskuterar boksamlaren som målgrupp samt Bjelkenäs & von Friesen (2013) som diskuterar marknadsföringen av åldersöverskridande litteratur. Att försöka definiera marknadsföringsstrategier å branschens vägnar faller enligt Kotler (2004, s. 7) in under marknadsföringens mest nödvändiga arbeten – det att förstå och se sin målgrupp.

Att direkt beröra och analysera epitext, enligt Genettes definition, som en problematisering av och ett sätt att betrakta marknadsföring ur ett kritiskt perspektiv är centralt i Skantz (2013), som diskuterar metadata och discoverability som delar i marknadsföringen och Hysing (2013) diskuterar marknadsföringstext och omslagsbild i olika bokformat.

Ransmark & Larsson Brorson (2010) diskuterar marknadsföring genom varumärkesbyggande av författaren. Åhlén (2013) diskuterar historieberättande som marknadsföring åt en författares varumärke. Då böcker ofta säljs med stjärnförfattarens som fokus. Detta tangerar i mycket nedanstående ”Aktörernas rollspel”, men avgränsningen i olika områden har gjorts då fokus av skribenterna har lagt på olika perspektiv, i detta fallet som direkt marknadsföring. Även här kan vi tala om att skribenterna sysslar med branschrelaterade frågor som förbereder dem inför ett yrkesaktivt liv även om närheten till kommunikations- och mediastudier är stor, och precis som urskiljningen ovan så är detta tydligt förankrat i Svedjedals indelning mot produktion.

Att diskutera representation på bokmarknaden, vilket är ett närliggande ämne till ”Marknadsföring” samt författarrollen generellt då dessa är en oundviklig del av spelet kring övriga aktörers och böckernas identitet i media är likaså de, i denna kontext, branschförberedande frågeställningar och produktionen. Ransmark & Larsson Brorson (2010) diskuterar genom tre fallstudier författarnas varumärkesbyggande och reproduktionen av det hos media. Åhlén (2013) diskuterar genom en fallstudie författarens varumärkesbyggande och reproduktionen av det hos media. Athoraya & Linder (2011) diskuterar en författarroll i förändring, medan Elmqvist & Kristensen (2010) har ett annat fokus och diskuterar företagsidentitets- och varumärkesbyggande genom sociala medier. Något som också underförstått avhandlas hos Andersson & Offner (2010) och mer explicit hos litteraturforskarna Forslid & Ohlsson (2011, s. 49) eller deras monografi över

---

6 <https://www.facebook.com/search/results/?q=f%C3%B6rlag&type=pages>

Björn Ranelid. Dubberke (2012) diskuterar här hur lanseringen av en bokserie ska iscensättas genom interaktion mellan flera olika aktörer och visar på hur produktion och återförsäljare påverkar varandra genom dialog kring bokserien.

Flertalet uppsatser tar också upp de samarbeten som sker inom branschen gällande kontextuell placering, Holmström (2012) exempelvis diskuterar försäljningen av böcker i samband med kvällstidningar och Dubberke (2012) diskuterar hur en bokserie växer fram genom interaktion med handeln som vara med i urval av omslag och så vidare. En annan slags interaktion är den som sker genom kategoriserandet av de enskilda titlar i olika former av marknadsföringsgenrer och hur det kan relateras till möjligheten att placera ut den i handeln och hur handeln själva gör för att få kunderna att hitta böcker – något som diskuteras av Lundgren & Nilsson (2012) och som också professor Claire Squires menar i sin avhandling kring den brittiska bokmarknaden *Marketing literature* att marknadsföring inte bara innefattar verket som sådant utan allt mer blir en del i ett generellt marknadstänkande som kan härleda till framtagandet av kringmaterial som kan peka både mot genren som mot ämnesinnehållet. Men hon menar vidare att det i lika stor utsträckning kan bokens placering i handeln (2009, s. 94ff.). Att finna rätt målgrupp för en titel är således inte helt oproblematiskt och forskning har också gjorts av Styrbjörn (2012), vilken diskuterar ägandet och samlandet av böcker för att utröna boksamlaren som en möjlig målgrupp. Då Sverige sedan 1970 haft fri prissättning på böcker så kan det verka förvånande att Gustavsson & Vemmenby (2010) diskuterar den inkonsekventa prissättningen på e-böcker, men det är en samtida hjärtefråga för både konsument och förlag huruvida e-boken ska prissättas som en pappersbok eller som en en-kronasroman. Något som branschtidningen *Svensk Bokhandel* intresserar sig för, bland annat genom en artikel av Lars Schmidt: ”Dito lanserar e-pocket” (2013) där denne resonerar kring detta och hur branschen ska förhålla sig till priset.

De uppsatser som problematiserar litteraturpolitikens påverkan på bokmarknaden och därmed diskuterar förlagens ekonomiska villkor inklusive ägandet av dem och problematiseringen av eventuella konglomerats handlande är ett flertal med olika utgångspunkter och dessa ställer sig med en viss distans till bokbranschen och antar ett mer kritiskt perspektiv som skiljer sig markant från de ovanstående, även om det genom Svedjedals uppdelning fortfarande kan röra sig om produktion, i det här fallet av produktion av värden; Barvhed & Zeylon Brage (2010) diskuterar den samtida litteraturpolitiken generellt genom två litteraturutredningar medan Bengtsson (2011) diskuterar litteraturstödet som Kulturrådet utger, det så kallade distributionsstödet – Bengtsson är också den enda som skriver mot vad Svedjedal kallar distribution av litteraturen. Dessa ämnen finner också plats i den av Regeringen beställda *SOU 2012:65*, bland annat diskuteras det samtida Litteraturstödet utförligt – över sidorna 269 till och med 278. Förekomsten av dylika offentliga

utredningar ger forskaren en god grund att stå på och dess frekvens möjliggör också den historiska jämförelse som Barvhed & Zeylon Brage gjort. I dessa utredningar finns, under förutsättning att en ställer sig kritisk till den eventuella agenda som redaktörerna eller lobbyister driver, en stor mängd intressant forskningsunderlag.

Ejheden & Österman (2010) diskuterar ägarkoncentrationen och konglomeratbildningen på bokmarknaden. Holmström (2012) diskuterar problematiken med kanon och ägarintressena som ligger bakom hans undersökningsobjekt. Gustavsson & Vemmenby (2010) diskuterar i förbifarten miljöaspekten i relationen mellan pappers- och elektronisk bok, men håller sig främst till problematiken med ägarkoncentrationen på bokmarknaden för e-böcker. Också här finns mycket upptaget i SOU 2012:65 och ägarkoncentrationen kritiseras och anses vara utvecklingshämmande i en kapitaldriven bransch (s. 388) – men på den svenska marknaden har debatten snarare handlat om den vertikala integrationen (a. a., s. 262) som betytt att en mindre mängd aktörer på marknaden äger produktion, distribution och återförsäljare. Rädslan för intellektuell likriktning i jakten efter vinstmaximering är således befogad i många fall.

Ransmark & Larsson Brorson (2010) diskuterar författarnas ekonomiska villkor generellt med utgångspunkt i de historiska förutsättningarna. Något som aktualiseras av SOU 2012:65 i kapitlet ”Villkoren för de yrkesverksamma på ordområdet” och detta undersöks med viss regelbundenhet av Svenska Författarförbundet och SCB.

Läsande i olika former, samt boken som ting att förhålla sig till, är något som Svedjedal skulle kalla konsumtionen av litteratur och Murray skulle placera under kommunikations- och mediastudier. Andersson & Offner (2010) diskuterar genom en fallstudie av två förlag och två debutanter hur förlagen framställer sig själva över Internet och genom interaktion med andra aktörer där. Dubberke (2012) diskuterar interaktionen mellan förlag, författare, återförsäljare och kund i marknadsföringssyfte. Lindberg & Takemoto (2012) diskuterar hur läsande representeras i det offentliga rummet. Styrbjörn (2012) diskuterar tinget som meningsskapande. Wahlström (2013) diskuterar boken som projektyta för klass, som livsstilsmarkör. Något som Steiner (2012, s. 177) framhäver och hänvisar till delar av den marknadsföring som böckerna riktas mot. Skantz (2013) diskuterar hur metadata och discoverability kan hjälpa en konsument att snabbt definiera en enskild produkts värde för denne.

Gimstedt & Wåglin (2010) diskuterar den materiella läsoplevelsen i iPhone. Gustavsson & Vemmenby (2010) diskuterar läsningens praktik på elektroniska plattformar för bokläsande. Björling & Fredin (2013) diskuterar olika bokformats bärbarhet och läsbarhet. Liljedal (2012) diskuterar hur formgivningen av läromedel uppbär ett pedagogiskt värde, alltså om den elektroniska plattformens läsbarhet, eller möjligen användbarhet, har en funktion som överensstämmer med

förlagets intention.

Ännu en kategori som måste beskrivas som produktion, respektive branschförberedande är de uppsatser som diskuterar genre, med det menas litterär kategori eller marknadsföringsetikett, något som här sammanställs som marknadsföringsgenre vilket uppstår vikt i relation till exempelvis marknadsföringen av enskilda böcker, något som Kotler (2004, s. 7) poängterar när han framhåller producentens eller distributörens förståelse för sin målgrupp och vad tänker och känner.

Bengtsson (2011) diskuterar konjekturer i lyrikutgivningen, ett ämne som ständigt tycks vara uppe i den litterära debatten. Den har kallats ”prestigeutgivning” (SvB, nr. 19, 2010) och Håkan Bravinger, förläggare, citeras med ”Poesin behöver kontaktytor, om boken är den enda platsen fungerar det väldigt dåligt.” angående frågan om varför utgivningen av lyrik sjunker. Och menar att poesin växer när den får möta sina läsare utanför pärmarna. Enligt *SOU 2012:65* så ökar de litterära evenemangen synligheten för litteraturen och menar att dessa behöver stödjas med olika former av medel (s. 397).

Olsen & Persson (2011) diskuterar fanfiction – slash – på Internet och Lindahl & Hempel (2011) diskuterar det digitala läromedlets förutsättningar och möjligheter. Lundgren & Nilsson (2012) diskuterar ung-vuxenlitteraturen medan Bjelkenäs & von Friesen (2013) diskuterar åldersöverskridande litteratur. Vidare anser Steiner (2012, s. 107) att det går att skilja på begreppet genre litteraturvetenskapen framställer som komplicerat och den förenklade marknadsföringsgenre som förlagen sätter som etikett på ett verk. Då denna genre till skillnad från den akademiska definitionen har som enda syfte att sälja boken åt konsumenten och definiera den som en typ av litteratur som konsumenten är van vid och därför kan ha ett behov av att äga. Steiner lyfter vidare fram att ett verk i en ”felaktig genreplacering” också kan ”skapa problem för den enskilda titeln” och därmed hela den omgivande marknaden – vilket förstärks ytterligare av Squires (2009, s. 84f.).

Athoraya & Linder (2011) diskuterar självpublicering, något som visserligen har en stark förankring i historien, se exempelvis forskaren Anna-Maria Rimms artikel i *Svenska Dagbladet* den 13/11-13 där hon påpekar att självpubliceringen varit närvarande genom historien men ökat exponentiellt med den tekniska utvecklingen, något som också framkommer i *SOU 2012:65*, s. 210 – där det hävdas att egenutgivningen av böcker upptar en sådan stor del av marknaden som 35%. Denna uppsats tar alltså fasta på produktionen av litteraturen, liksom Dubberkes nedan, och även båda dessa kan sägas verka som branschförberedande.

Dubberke (2012) diskuterar, genom sitt exempel, hur konstruktionen av en bokseries epitext, omslagen, kan iscensättas genom interaktion mellan flera olika aktörer varav några kommersiella i form av inköpare i de stora bokhandelskedjorna.

Då uppsatsernas ämnesval i många fall tangerar varandra och naturligtvis, när det är möjligt,



refererar till varandra så bör understryks att kanon i disciplinen fortfarande är under uppbyggnad och enskilda akademiska arbeten är av stor vikt för att definiera den, både de som skrivs inom akademien och de som förhoppningsvis skrivs i andra sammanhang. Det är också så att uppsatsskrivandet som bedrivits har gjorts så med en ökande kanon, som föreligger disciplinen, bakom sig och varje ny uppsats också har producerat ny kunskap då de tre avskiljarna som extraherats ur processen – Ämne, Teori och Metod – alla varit olika sinsemellan uppsatserna. Att undersöka författarrollen eller e-boken en gång till kan tyckas överflödigt, men då disciplinen verkar i en ständigt föränderlig marknad så är varje ny undersökning inte bara en bekräftelse på tidigare forskning utan samtidigt en undersökning av de förändrade förutsättningarna. Kanon är i det här fallet ett överblickbart stöd för vidare undersökning.

Det slår mig också att det i mitt urval bara finns en enda text skriven kring något som ligger nära distributionen av böcker, annat än indirekt genom bokhandeln och berörs knappt i de uppsatser som behandlar ägarkoncentrationen på bokmarknaden. Därtill talas det inte heller om institutionerna som marknad, något som trots allt borde intressera förlagskunskapen, inte minst de som fokuserar på barnboken och läromedlet. Däremot så är det väldigt tydligt att med få undantag så intresserar sig studenterna för produktionen av böcker och fokuserar sina undersökningar så att de är relevanta utanför den akademiska kontexten. Att det i sin tur inte skrivs några förläggar-, förlags- eller författarbiografier kan ha sin grund i att kandidatuppsatsformen står som begränsning för de akademiska arbetena som Förlags- och bokmarknadskunskap kan möjliggöra.

## Skribenternas metodik

I detta kapitel undersöks de specifika metoder som används i de uppsatser som ingår i undersökningen och kan relateras till litteraturen och disciplinens inneboende interdisciplinäritet. I denna del av resultatet ingår även en mindre andel diskussion kring metodologiska frågor.

Större delen av uppsatserna använder sig av ett interdisciplinärt förhållningssätt vilket speglas i både deras val av metod och teori. Inte mindre än 24, det vill säga alla, använder sig av flera närliggande discipliner för att finna utrymme för diskussion kring det ämne de valt. Många skribenter hävdar att deras disciplin (FBMK) inte har någon egen metod och inte heller någon forskningstradition, något som exempelvis Bjelkenäs & von Friesen (2013, s. 5) hämtar ur Murray (2006) vilket gör det nödvändigt att använda metoder från andra discipliner. Detta kan också ha med Förlags- och bokmarknadskunskapens interdisciplinäritet att göra – att den undersöker flera sorters medium, sociopolitiska och dito ekonomiska förhållanden och andra aspekter som har direkt eller indirekt koppling till bokmarknaden, som i sin tur kräver flera olika sorters analys för att genomföras grundligt och förstå materialets (bokmarknadens) helhet. En teori eller metod ger ett

perspektiv på en sak – men flera perspektiv genom olika teorier eller metoder förklarar mer, något som också tar avstamp i disciplinens historiska kontext, jämför vad Schultz Nybacka formulerade kring magisterkursen vid SU under åren 2007-2010 att en förlagskunskapsdisciplin borde ”... med kompletterande ämneskompetenser spegla förlagens sammansatta identitet som både kultur- och affärsverksamhet” (Friberg & Zawall, 2013, s. 76).

Murray (2006, s. 17) hävdar att den metod som bäst passar sig för en disciplin vilken spänner över ett så brett område som bokens också är den interdisciplinära, eller tvärvetenskapliga. Hon hävdar genom ett antal exempel på böcker, som också tangerar förlagskunskap men som inte specifikt skrivits i syfte att verka i den disciplinen, att genom att använda flera olika metoder så framställer skribenterna till dessa böcker en bredare och mer nyanserad bild av det material eller det ämne som de undersöker. Exempelvis säger hon om Elisabeth Longs *Book Clubs* (2003) att den ”combines anthropological participant-observer fieldwork, reader surveying, industry interviewing and feminist cultural materialism to construct a nuanced analysis” (Murray, 2006, s. 17) men också Janice A. Radways *A Feeling for Books* (1995) som hon anser ”combines memoir, institutional history, ethnography and cultural theory” i en ambitiös och teoretiskt självmedveten text som Radway, enligt Murray, använder sig av flertalet, varav flera fruktsamma, perspektiv för att undersöka ett mångsidigt och genomgripande inflytelserikt fenomen.

Litteratursociologin, som kan uppfattas som en självklar men mer eller mindre uttalad metod hos uppsatserna, är naturligt interdisciplinär, enligt Svedjedal (2012, s. 85; 93), som liksom Murray ovan, menar att denna metodik kommer sig av dess inkluderande förhållningssätt – den undersöker en mängd olika aspekter av samma ämne och antar olika perspektiv i detta, dessutom gärna kombinerande dessa olika perspektiv för att skapa en bredare helhetssyn på sitt material. Dessutom framhåller Svedjedal (a. a., s. 85) att litteratursociologin gärna tar avstamp i kultur- och samhällsanalyserande modeller vilka gärna talar övergripande om människan som kultur- och samhällsvarelse, vilket i sig kräver, såsom förklarats ovan, flera perspektiv på ett och samma fenomen eller objekt.

Vetenskapsrådets rapportserie 2005:10 (Sandström et. al., red., 2005, s. 8) säger att interdisciplinär forskning ”sker dels genom att kunskap importeras från ett område till ett annat, dels genom att nya forskningsfält integrerar kunskap från olika områden”. Rapporten hävdar också att dessa importer kan ske då det inom en disciplin kan, genom en specifik metod eller en fördjupning inom disciplinen, ha nåtts ett resultat som kan vara intressant inom en annan disciplin. Generellt sett så arbetar många forskare interdisciplinärt med närliggande områden, exempelvis Kritiska kulturstudier och Postkoloniala studier, men Vetenskapsrådet uppbär (en lite förlegad och därför kanske inte direkt dagsaktuell) statistik om att 20% av deras forskningsansökningar vill använda

interdisciplinärhet emellan discipliner med ett stort disciplinärt avstånd mellan sig (a. a., s. 9). Något som Radway, nämnd ovan, troligen skulle definierats som, skulle hon ha författat sitt verk med svenska statliga medel.

Bokhistoria är i sin tur en disciplin vilken undersöker boken som samhällelig artefakt ur en kritisk läsning av historien och samtiden. För detta påstående finns stöd i ett samtal mellan författaren och Marie Simonsen, doktorand i Bokhistoria vid Lunds Universitet, den 31/3-14. Men detta kan också, som redan framlagts, hållas för sant inom både Litteratursociologin och FBMK. Flertalet kandidatuppsatser, 18 stycken, tar avstamp i eller utgår från en historisk kontext när de förklarar hur deras undersökningsobjekt befinner sig i relation till en samhällelig kontext. Litteraturteoretikern Pierre Bourdieu menar i sitt kanoniserade verk *Konstens regler*, som för övrigt ingick som teoretisk utgångspunkt vid Förlagsvetenskap vid SU (Friberg & Zawall, 2013, s. 75) och även ingått i 2013-2014 års kurslitteratur vid FBMK vid LU, att för att kunna bebo ett fält så måste den enskilde aktören kunna fältets historiska förutsättningar, då dess historia är ”innesluten i alla dess tillstånd” (Bourdieu, 2000, s. 350f.). Vidare menar han att denna kunskap om ett fält, i det här fallet förlagsarbetets fält, struktur som så att säga ligger gömd i alla delar av kulturen hos den (a. a., s. 351). Med utgångspunkt i detta och med stöd av Svedjedals framhävande av ett historiskt perspektiv (Svedjedal, red., 2012, s. 76; 85) kan menas att det är en väsentlig del av disciplinen förlagskunskap och utbildningen i Förlags- och bokmarknadskunskap. Även om Bokhistoria i dag räknas som en disciplin i egen rätt och utgör ett eget forskningsfält så är dess perspektiv förankrat i FBMK – inte minst visas detta av att det ingår ett moment i utbildningen som fungerar som en bokhistorisk orientering. Men detta historiska perspektiv kan som visats ovan ha sitt ursprung i det litteratursociologiska perspektivet. Bokhistoria har sitt primära fokus på den historiska utvecklingen medan FBMK, liksom litteratursociologin, använder ett historiskt perspektiv för att kunna tala om samtiden men kan genom detta perspektiv lika gärna tala om historiska skeenden – särskilt gällande litteratursociologiska undersökningar. Endast FBMK håller sig mer strikt till att diskutera samtidens förutsättningar. Något som utvecklas i diskussionen nedan.

Murray menar dock att Publishing Studies använder sig av flertalet metoder: ”branschrelaterad forskning och arbetsförberedande information; personliga berättelser i form av exempelvis förlagsbiografier eller förläggarmemoarer; bokhistoria; kulturvetenskapliga studier, såsom kommunikations- eller mediastudier, kritiska kulturstudier och sociologiska studier; ett nationellt eller postkolonialt studieperspektiv” (Murray, 2006, s. 4, min övers.). Och genom att relatera denna utsaga med materialet kan skönjas att det där saknas ett postkolonialt perspektiv, men att uppsatserna hos FBMK rör sig ledigt mellan de andra metoderna som Murray menar att hennes disciplin använder. Bristen på ett postkolonialt perspektiv under svenska förhållanden – det vill säga

analyser av de samtida materiella förutsättningarna och representationen av exempelvis tornedalsfinsk litteratur i svenska medier – är troligen en fråga om tid och studentrepresentation vid utbildningen, därtill finns det ett utbrett stöd för minoritetsspråken och publikationer på detta i Sverige – frågan är bara om det problematiseras eller analyseras. Det finns självklart andra sätt att använda ett postkolonialt perspektiv – eller ett posthumant eller queerteoretiskt dito, som är uppburna och samtida teorier vilka saknas, liksom en mängd andra marginaliserade teorier. Exempelvis skulle det finnas utrymme för att diskutera hur den svenska litteraturen representeras internationellt eller omvänt – hur den internationella litteraturen står sig i det mycket marginella svenska språkområdet.

En etnografisk metod är också vanligt förekommande i materialet, det vill säga att, kandidatstudenterna i det här fallet, skapar sitt egna material utifrån observationer, enkäter eller intervjuer. Detta material är sedan underlag för en analys. Denna metod syns i 10 uppsatser av 24, alltså en stor del. Detta kan dels bero på den brist på forskning som många skribenter påtalar (se exempelvis Bjelkenäs & von Friesen, 2013, s. 5), men det skulle också kunna vara en indikation på att disciplinen är fokuserad mot yrkeslivet i bokbranschen och därför vänder sig studenterna till branschens aktörer för att få en empiri att skapa teorier utifrån.

Diskursanalys och litteraturvetenskaplig tolkande textanalys används uttryckligen i 9 av fallen – material analyseras genom användandet av flertalet litteraturvetenskapliga och medievetenskapliga modeller och teorier inom ramen för undersökningsämnet. Detta förfarande står djupt förankrat i både Litteratursociologin och Publishing Studies och att det, i den textnära, skriftspråkliga värld vi lever i – där förläggarens och forskarens roll är att kontextualisera det som Walter Ong kallade den kontextlösa skriften (Ong, 2002, s. 77f.) – uppbär hög relevans som verktyg för att öka förståelse och skapa ny kunskap utifrån den empiri som forskningen arbetar inom.

I flera uppsatser används också statistik för att kunna resonera över ett fenomen och då bokbranschens statistik, inklusive den som tas fram av andra utomstående aktörer, ännu inte är heltäckande utan oftast fokuserar på Svenska Förläggareföreningens statistik som endast behandlar medlemsförlagen och därmed inte hela den svenska bokmarknaden. Vilket i sin tur gör att användandet av sådan statistik är allt annat än oproblematiserad oavsett inflikade brasklappar om att undersökningarna som görs inte talar för hela bokbranschen.

Begreppsdefinitioner, deskriptiva förklaringar är förekommande – dels för att visa vad skribenterna menar med en del mindre vedertagna begrepp, men också delvis för att sammanfatta forskning och teoribildning kring exempelvis e-boken hos Björling & Fredin (2013, s. 14). Något som breddar uppsatsernas publik utanför den akademiska miljön, vilket möjliggör användandet av uppsatserna som bevis på inskriven kunskap vid ansökan om lönearbete utanför akademien.

## Skribenternas teorier

Ett lösryckt citat från Bonnierförlagens litterära chefer får sammanfatta vilka idéer som kan anses gällande i förläggaryrket och bokbranschen in alles: ”Kreativitet och en känsla för litterär kvalitet står inte i motsatsförhållande till ett ekonomiskt kunnande” (Axelsson et. al. 2010). Just fokuset på ekonomi speglar sig tydligt i flertalet kandidatuppsatsers teorival där kritiska kulturteorier används obehindrat vid sidan om teorier om marknadsföring och kommunikation. Vilket kan formulera FBMK som en praktisk eller tillämpad kulturvetenskap där de teorier som är relevanta för utbildningen och möjligen disciplinen som sådan måste erbjuda verktyg för att studenterna ska ”kunna behärska grundläggande begrepp, idéer och problemställningar som hör till bokbranschen” samt ”kunna bedöma för ämnesområdet relevanta vetenskapliga, samhällliga och etiska frågor” (LU, 2010, kursplan). Men analysen börjar på bokens omslag.

Litteraturvetaren Genettes teorier om paratext, specifikt offentlig epitext, används i flera fall. Just epitext är särskilt intressant för disciplinen då den talar mer om texten runt verket än texten i det (Genette, 1991, s. 264). Men epitext är en del av en omfattande teoretisk modell där endast definierandet av epitext är som mest intressant för denna undersökning. Det vill säga text (och bild) som bland annat används i marknadsföringssyfte i syfte att tilltala rätt målgrupp. Dock är också mediehistoria och marknadsföringsteorier samt historiematerialistiskt grundade kulturteorier, ofta samtidigt, väl använt. Bland kandidatstudenterna finns en tvetydighet kring vilka teorier som kan vara gällande för disciplinen, men en reflekterande skribent hävdar att:

Förlags- och bokmarknadskunskap innebär ingen entydig riktning och metod. Ämnet anlägger ett litteratursociologiskt perspektiv med särskilt intresse för samspelet mellan förlaget, marknaden och samhället. Tankemodeller och begrepp lånas från bokhistoria, företagsekonomi, litteratursociologi och juridik. (Bengtsson, 2011, s. 8).

Just ett litteratursociologiskt perspektiv återkommer alltså i en mängd uppsatser, liksom som ovan nämnts medieteorier, mediehistoria, marknadsföringsteori, kommunikationsteori, men också kulturökonomi, företagsekonomi, konsumtionsteori samt Cultural Planning, Cultural Studies, Material Cultural Studies, Celebrity Studies, varumärkesforskning, idéhistoria i några få fall som alla kan inkorporeras i det litteratursociologiska förhållningssättet, med sin interdisciplinära syn på teori. Det frekventa användandet av teorier ur kulturvetenskaperna, men också kommunikations- och mediastudier, är också något som går att relatera till det som Murray i sin artikel menar utgör en relevant teori. Dessa teorier och perspektiv sammantagna talar väl om hur bokbranschen kombinerar både kulturella och ekonomiska värden, något som Schultz Nybacka tagit fasta på i sin avhandling *Bookonomy* vilken försöker förstå en socioekonomisk modell som kan förklara några

av de styrande aspekterna inom bokbranschen – och flertalet studenter också intresserat sig för.

Marknadsföringsteorier tycks vara ett självklart val som teoretisk grund eller påbyggnad inom förlagskunskap. Då disciplinen de facto undersöker förhållanden på en kommersiell marknad och flertalet frågor som kan uppkomma i undersökningen av ett viss material vid en viss utgångspunkt kan vara svåra att förklara utan de kommunikationsteorier som ligger till grund för marknadsföringen i branschen. Dessa teorier används bland annat analytiskt för att förstå varför en enskild produkt lyckats ta sig till nuvarande position på marknaden eller för att resonera kring möjliga strategier gentemot en specifik produkt i ett mer yrkesfokuserat förhållningssätt. Men marknadsförings- och kommunikations- och receptionsteorier är samtidigt intressanta i undersökandet av rent materiella aspekter såsom epitext som diskuterats innan. Det vill säga hur en specifik produkt uppfattas och hur en produkt kan anpassas till dessa markörer för att kunna marknadsföras till rätt målgrupp.

Varumärkes- och kändisforskning hör tätt samman med de ovanstående resonemangen kring epitext, marknadsföring och hur förlag, marknad och samhälle samverkar och inom dessa kan ett fokus på representation anses fruktbart för ett eventuellt fokus mot yrkena inom bokbranschen, men också i en analys riktad mot den.

Likaså har det i kandidatuppsatserna använts flertalet kulturteoretiker, möjligen med en viss tonvikt på litteratursociologer – bland andra Bourdieu, vars teori om kapital, fält och oberoende använts i flera fall, särskilt gällande ekonomiskt beroende hos aktörerna – men också mediehistorikern Kittler som i uppsatserna bland annat talar om hur medium påverkar konsumtion och hur medium utvecklas till en konvergens mellan gamla medier.

Men möjligheten att använda en avsevärd bredd av kulturteorier speglar sig tydligast i den enorma bredd av ämnen som det utges böcker i på bokmarknaden – den som hade velat undersöka böcker om mode, mat eller möjligen militaria kan inom kulturteorierna finna en kritisk granskning ofta i form av en specifik disciplin som hjälp att teoretisera kring valt ämnesområde.

## Diskussion och slutsats

”Framväxten av specialiserade akademiska utbildningar” menar Pamela Schultz Nybacka speglar bokbranschens ”omvandling på en alltmer globaliserad och digitaliserad marknad” (Friberg & Zawall, 2013, s. 70) något som i sin tur torde leda till att utbildningarna, liksom de akademiska disciplinerna, i sig är föränderliga i sin karaktär. Och att disciplinen förlagskunskap – som ska återknytas till senare – inte bara borde analysera branschen utan också vara ledande som idémässig plantskola för teoribildning. Något som flertalet litterära chefer inom Bonnierförlagen formulerat en efterfrågan för i en artikel i *Svenska Dagbladet*. Axelsson et. al. (2010) menar att förläggarrollen,

till skillnad från hur den såg ut för ett tiotal år sedan, har ökat i komplexitet och att denne "... måste ta hänsyn till och hantera fler saker än tidigare" och utvecklar detta ytterligare:

Yrkeskunnandet utmanas av alltifrån nya format och utgivningsformer, detaljerade kontraktsfrågor, aktiva agenter, till minskat utrymme för litteraturkritik i dagspressen, utgåvornas förkortade livslängd, den inhemska genrelitteraturens dominans, en ökande konkurrens från andra medier, et cetera. Att det som en följd av detta bland annat krävs en ökad ekonomisk medvetenhet hos förläggaren är logiskt. Tanken med denna medvetenhet är att stärka förläggarens roll och dennes nödvändiga yrkeskunskap.

Det är just denna bredd inom yrket som disciplinen förlagskunskap, gestaltad genom Förlags- och bokmarknadskunskap, måste ta hänsyn till, analysera och problematisera kring, men disciplinen borde inte stanna vid att vara enbart yrkesförberedande utan skulle kunna användas också för att exempelvis kritiskt granska de förhållanden som råder – vilket i flera fall också gjorts. Då flera undersökningar kopplas samman till en helhet som i sig säger mer om ett undersökningsobjekt än delundersökningarna var för sig skulle gjort. Att forska på detta vis är rimligt i förhållande till disciplinen och dess generella intresseområde, då alla delar av det litterära systemet hänger samman i en odelbar, men föränderlig, helhet, demonstrerat bland annat av Hans Hertel och hans modell över det litterära kretsloppet (Svedjedal, s. 208f.), något som också Ann Steiner, lektor i Förlags- och bokmarknadskunskap vid LU, utläst (Steiner, 2012, s. 20-23). Skulle en enskild teori eller metodik appliceras i disciplinen förlagskunskap så skulle denna behöva besitta samma kvaliteter, det vill säga kunna överblicka och analysera alla företeelser på bokmarknaden samt vara föränderlig nog för att kunna möta utvecklingar i branschen och förändras med den. Styrbjörn (2012) tar upp detta när denne säger att tillvägagångssättet, metoden, varierar "i den mån det krävs för att uppfylla arbetets syfte" (a. a., s. 6). Men samtidigt, om Simone Murrays utgångspunkt ska få träda in här så måste teori och metod kunna beskriva en texts materialitet samt de institutionella krav som uppställs inför bokmarknadens varande. Genettes teorier om paratext är en väl använd teori som möjligen skulle kunna lyftas fram som studenterna ansett vara av stor vikt vid sidan om litteratursociologin.

I relation till Murrays definition på vad som utmärker den disciplin i vilken hon arbetar, som enligt undertecknad med stöd av Björling & Fredin, motsvaras av Förlags- och bokmarknadskunskap (Björling & Fredin, 2013, s. 5) så måste den dels syssla med samtiden, även om denna process är svår att vara vetenskapligt distanserad till och den måste räkna in remedieringen och det medieöverskridande som finns latent eller aktualiserat i de verk eller fenomen som analyseras samt disciplinens relation och positionering till andra kulturvetenskaper (Björling & Fredin, 2013, s. 5; Murray, 2006, s. 16f.).

Murray talar om att Publishing Studies borde fokusera på bokmarknadens organisation, ekonomi

och den kulturpolitik som appliceras på den, i relation till detta menar Svedjedal att Litteratursociologin fokuserar på litteraturens produktion, distribution och konsumtion. Denna jämförelse mellan dessa två reflekterande utsagor klargör ett exakt förhållningssätt som inte bara tangerar utan upprepar förhållningssätt som motsvarar varandra. Således kan det som sägs om den ena disciplinen vara lika sant som det som sägs om den andra. Om än att ämnesfokus för Publishing Studies och förlagskunskap är snävare än det som erbjuds inom det betydligt bredare litteratursociologi.

En kulturteori eller dito modell som uppär ett kritiskt perspektiv på makt borde vara rimlig för att på ett relevant sätt kunna problematisera dessa institutionella krav som ställs på bokbranschen och, i detta fall, den disciplin som undersöker samme bokbransch. Likaså gällande att beskriva bokens materialitet, alltså format och andra markörer som gör att "boken talar" i handen redan innan dess läses för att använda Svedjedals fras ur "Boken tiger, boken talar" i *Bokens materialitet* (Malm, Ståhle Sjönell & Söderlund, red., 2009, s. 28). Vidare reflekterar Svedjedal att bokens form, här specifikt om typografi, talar till forskaren mer om förlagets villkor än om någon utstakad konstnärlig intention. Under förutsättning att formen, genom verket, också sätts i en samhälls- och biografisk kontext (Malm, Ståhle Sjönell & Söderlund, red., 2009, s. 34f.). Men Svedjedal talar i en bokhistorisk kontext, som en del av Svenska Vitterhetssällskapet. Disciplinen förlagskunskap (och Publishing Studies) utgår endast delvis från de historiska förutsättningarna. Fokus läggs på samtida publicering och studenterna torde därför, enligt Murray, handha forskningsverktyg som kan överblicka bokens rörelse över medieplattformar och parallella publiceringar i flera medieformat. Förlags- och bokmarknadskunskap som utbildning inom disciplinen förlagskunskap kan enligt detta alltså definieras som en litteratursociologi med fokus på samtiden, kanske som en del av informationsvetenskaperna – samtida litteratursociologi på en historisk grund. Eller som min slutsats ovan: teorin kräver en syn där människan är en samhällsvarelse och där historieskrivningen är ett medel för att besvara övergripande frågor om litteratur och samhälle. Vilket inte löser Murrays krav på en enhetlig teori och metodik utan snarare upprepar det hon kritiserar och vad som lett till att hon formulerat sina krav, även om Litteratursociologi uppenbarligen fungerar väl som både teori och metod.

Att vända sig till bokbranschen snarare än forskningsfältet med sina undersökningar pekar i mitt tycke dels mot att branschen kan ha nytta av forskningen och dels att forskningen då, med sin närhet till den kommersiella branschen, kan upplevas som problematiskt beroende av de ekonomiska intressen som styr denna. Detta är särskilt problematiskt i de fall där undersökningarna uttryckligen görs med fokus på att definiera de problem som branschen upplever. Det väcker frågor om forskningens syfte som samhällsnytta, men samtidigt ställs denna samhällsnytta på sin spets när de riktas till en bransch som domineras av konglomeratens starka ägarkoncentration. De kandidat-



uppsatser som uttryckligen vänder sig ut mot branschen har ännu helt olika ingångar till detta. Hansson & Robertson Salas (2013) vill tydligare definiera e-boken åt branschen, en slags begreppsdefinition som hör hemma i ett konservativt universitet. Skantz (2013) gör liknande definitioner när denne framhåller Metadata etc. som underanvända på marknaden och förklarar deras styrkor i syfte att lyfta fram och identifiera produkter för en enskild målgrupp. Det tydligaste exemplet är Dubberke (2012) som, på plats vid ett förlag som praktikant, i sin uppsats genomför en marknadsanalys och fördjupning åt förlaget – som vore uppsatsen tänkt att vara en mer utförlig och analyserande praktikrapport. Men trots detta förfarande, som tar fokus från den förment objektiva forskningen, så har uppsatserna en självklar relevans i forskningsfältet som trots allt analyserar och problematiserar en kommersiell marknad i syfte att lära sig dess strukturer, färdigheter och möjligen söka sig till den för lönearbete. Dock kan inte styrkan i att ha en närhet till intresseområdet, och möjligheten för studenterna att utifrån en förmedlad empirisk information kunna analysera denna och genom det redan i utbildningsstadiet införskaffa sig en kunskap som de annars hade behövt reell erfarenhet av bokbranschen för att finna, underskattas. Studenterna ska ”självständigt kunna utföra kvalificerade uppgifter inom bokbranschens huvudområde, t. ex. förlagsjuridik, förlagsekonomi och lektörsarbete” (LU, 2010, kursplan) och utan den praktiska erfarenhet som förmedlas genom förlagskunskapen förhöjs möjligheten att upprepa föregående generationers misstag. En av de viktigaste frågorna som uppstår, och som lämnas obesvarad, är huruvida det förekommer en självcensur från studenternas sida och om ämnesvalen är anpassade mot den samtida marknaden för att med dessa meriter kunna söka anställning där eller om studenterna till störst del intresserar sig för samtidens problematik.

## Vidare forskning

En jämförelse med andra nationella kontexter inom förlagsforskningen, eller genom ett forsknings-samarbete med studenter vid motsvarande fakulteter i andra länder, hade kunnat ge en djupare och samtidigt bredare bild av hur bokmarknaden och forskningen kring den förändras och situeras i relation till varandra. Här kan en djupare uppföljning kring de arbetsmöjligheter studenterna efter genomgången kurs erhåller. Enligt undersökningen som branschtidningen *Svensk Bokhandel* gjorde så skedde det fram till 2010 en överutbildning av förlagsarbetare (Winkler, 2010, s. 16), men då bokmarknaden förändrats sedan denna undersökning gjorts kan det finnas fog för att på nytt avgöra utbildningens relevans och ständigt se till att den teori och praktik som disciplinen uppbar är tillräcklig i relation till marknadens och akademins krav. Något som visserligen i de två anställda lektorernas händer. Vidare kan det vara av vikt att undersöka huruvida disciplinen – med sin djupa förankring i den kommersiella sektorn – uppbar tillräckligt akademiskt främlingskap för att effektivt

kunna analysera förlags- och bokmarknaden eller om den nöjer sig med att utbilda studenter mot ett liv som yrkesverksamma i samma bransch.

Då flera andra utbildningar är bortvalda eftersom de saknar akademisk fördjupning i form av ett specificerat examensarbete med, LU:s Förlags- och bokmarknadskunskap, jämförbart fokus – men hade i en större undersökning kunna uppta plats som ytterligare fördjupning genom andra jämförande praktiker.

Vidare då detta arbete inte genomfört några intervjuer med nuvarande anställda, studenter eller äldre studenter så skulle ett sådant förfarande kunna vara intressant i en vidare undersökning. Och även om kursplanen för Förlags- och bokmarknadskunskap använts så måste denna vid behov revideras eftersom disciplinen verkar i ett fält i ständig omformning och undersöker ett intresseområde som också är i en städsevarande – konstant – förändring så nya eller över en tid jämförande av kursplaner kan också erbjuda fler insikter i vad disciplinen och utbildningen reproducerar. Denna tidsbundenhet färgar också de aspekter av kandidatuppsatserna som undersökes och därför kan denna uppsats endast tala om disciplinen och utbildningen i ett nu, 2014 – utan en blick på 2014 års uppsatser. Detta arbete är alltså som så många andra akademiska arbeten daterat redan innan den publicerats – det skulle därför kunna vara försvarbart att en liknande forskning genomfördes processuellt och över en längre tid för att därmed få ett aktuellt och sammanfattande utslag.

Källor:

### Primärmaterial

Kandidatuppsatserna är inhämtade från ”<http://www.lu.se/search/publikationer?query=>” där flertalet sökord har fått användas för att inhämta alla publicerade uppsatser. För en vidare förteckning se ”Bilaga 1”. En fullständig förteckning över registrerade kandidatuppsatser har sedan erhållits genom Ladok och Expeditionen hos Institutionen för Kulturvetenskaper. Uppsatser som inte publicerats i LUP och därför inte varit relevanta för min undersökning finns förtecknade i ”Bilaga 2”.

### Sekundärmaterial

Axelsson, Jonas, et. al., ”Vi värnar bredd och kvalitet”, *Svenska Dagbladet*, 5/5 2010.

Börjesson, Mats, *Diskurser och konstruktioner*, 2003, Lund: Studentlitteratur.

Forslid, Torbjörn & Ohlsson, Andreas, *Författaren som kändis*, 2011, Malmö: Roos & Tegnér.

Foucault, Michel, *Diskursens ordning*, 1993, Höör: Symposium.

Friberg, Leif & Zawall, Emi-Simone (red.), *Always on the hunt – Adam Helms Lecture 20 år*, 2013,

Stockholm: Universitetsbiblioteket, Stockholms universitet.

Genette, Gerard, Maclean, Marie, "Introduction to the Paratext", *New Literary History*, Vol. 22, No. 2, 1991; <http://www.jstor.org/stable/469037> hämtad 5/6-14.

Jenkins, Henry, *Konvergenskulturen – Där nya och gamla medier kolliderar*, 2012, Göteborg: Daidalos.

Jenkins, Henry, "Transmedia Storytelling 101", *Confessions of an Aca-Fan*, 2007, [http://henryjenkins.org/2007/03/transmedia\\_storytelling\\_101.html](http://henryjenkins.org/2007/03/transmedia_storytelling_101.html); Hämtad 3/8-14.

Kittler, Friedrich, *Maskinskrifter*, 2003, Gråbo: Antrophos.

Kotler, Philip, *Ten deadly marketing sins*, 2004, Hoboken: Wiley.

Leffler, Tove (red.), *Svensk Bokhandel*, nr. 3; 5; 11, 2014.

Lidman, Tomas et. al. (red.), *Läsandets kultur*, SOU 2012:65, Stockholm: Kulturdepartementet.

Lundblad, Kristina, *Om betydelsen av böckers utseende*, 2010, Malmö: Råmus.

LU – Lunds Universitet, u. å., *hemsida*, <http://www.kultur.lu.se/kurs/FBMK11/>, hämtad 30/9 2014.

LU – Lunds Universitet, 2010, *kursplan*, <http://kursplaner.lu.se/svenska/FBMK11.pdf>, hämtad 30/9 2014.

Murray, Simone, "Publishing Studies: Critically Mapping Research in Search of a Discipline", *Publishing Research Quarterly*, årgång 22, nr. 4, 2006.

Olausson, Lennart (red.), *Idéhistoriens egenart*, 1994, Höör: Symposium.

Ong, Walter J., *Orality and Literacy*, 2002, London: Routledge.

Rimm, Anna-Maria, "Berättelsen behöver inte frukta framtiden", *Svenska Dagbladet*, [http://www.svd.se/kultur/understrecket/berattelsen-behoover-inte-frukta-framtiden\\_8719814.svd](http://www.svd.se/kultur/understrecket/berattelsen-behoover-inte-frukta-framtiden_8719814.svd); Hämtad 3/8-14.

Sandström, Ulf et. al. (red.), 2005, *Tvärvetenskap – en analys*, Vetenskapsrådets rapportserie 2005:10, Stockholm: Vetenskapsrådet.

Schultz Nyberg, Pamela, *Bookonomy*. 2011, Stockholm: Stockholms universitet, Företagsekonomiska institutionen.

Svedjedal, Johan, "Boken talar, boken tiger", Malm, Mats (et. al., red.), *Bokens materialitet – Bokhistoria och bibliografi*, 2009, Stockholm: Svenska Vitterhetssamfundet.

Svedjedal, Johan (red.), *Litteratursociologi*, 2012, Lund: Studentlitteratur.

Svensson, Ingrid & Jacobsen, Ulf (red.) *Biblis*, nr. 57; 64, 2014.

Squires, Claire, *Marketing Literature*, 2009, Basingstoke: Palgrave Macmillan.

Steiner, Ann, *Litteraturen i mediasamhället*, 2012, Lund: Studentlitteratur.

Tönneheim, Hanserik & Björklund, Thomas, 2007, *Marknadsföringen av böcker*, Malmö: Tönneheim Literary Agency.

UU – Uppsala Universitet, 2014, hemsida,

[http://www.littvet.uu.se/forskning/avdelningen\\_for\\_litteratursociologi/](http://www.littvet.uu.se/forskning/avdelningen_for_litteratursociologi/), hämtad 30/9 2014.

Winkler, Lasse (red.), *Svensk Bokhandel*, nr. 10; 19, 2010.

## Bilaga 1, kandidatuppsatser registrerade i LUP våren 2014

Litteraturstödet – En Extreme Makeover<sup>7</sup>

Susanne Gustafsson (författare), Frida Eriksson (författare)

2009

Börs och katedral. Ekonomiska och estetiska värden på Albert Bonniers förlag.<sup>8</sup>

Brunell, Anna-Lina (författare) & Fransson, Anna (författare)

2010

Giganternas kamp: ägarkoncentrationen på svensk bokmarknad 2000–2010

Sofia Ejheden (författare), Malin Österman (författare)

2010

Författaren som varumärke: en studie rörande författarprofiler och hur de framställs i den mediala offentligheten

Sara Ransmark (författare), Mari Larsson Brorson (författare)

2010

Sociala förlag: svenska förlags marknadsföring och varumärkesbyggande genom sociala medier

Sofia Kristensen (författare), Martina Elmqvist (författare)

2010

Lustläsning i den globala byn: om den skönlitterära läsoplevelsen med en Iphone som materiell textbärare

Hanna Gimstedt (författare), Sara Friberg Våglin (författare)

2010

Länkning, dialog, deltagande: svenska förlag och digital kultur

Martina Offner (författare), Hanna Andersson (författare)

2010

---

<sup>7</sup> Ingår endast som referens då den inte tar ytterligare plats i undersökningen.

<sup>8</sup> Denna uppsats är registrerad i LUP men inte publicerad i fulltext; därmed utgår den ur undersökningen.

Litteraturstödet, en fot i graven?: En kontextuell analys av den ideologiska grunden till Boken – Litteraturutredningens huvudbetänkande och Betänkande av Kulturutredningen 2009

Rikard Zeylon Brage (författare), Joakim Barvhed (författare)

2010

De stora och lyriken

Johanna Bengtsson (författare)

2011

Tryckt vs digitalt

Ninlil Athoraya (författare), Nicole Linder Larsson (författare)

2011

Digitala läromedel: en analys av marknadens förutsättningar

Janna Hempel (författare), Joanna Lindahl (författare)

2011

Läsplattan – vägen framåt?

Tobias Vemmenby (författare), Anna-Karin Gustavsson (författare)

2011

Slash på svenska: en komparativ studie mellan svensk slash och tidigare slash-forskning

Kåå Olsen (författare), Sandra Persson (författare)

2011

Bibliomani – det omåttliga samlandet av böcker

Emma Styrbjörn (författare)

2012

En resa genom gränslandet

Christine Lundgren (författare), Emelie Nilsson (författare)

2012

Formens funktion

Maja Liljedal (författare)

2012

En barnlitterär figur från förr

Larissa Dubberke (författare)

2012

Kommersiell kanon

Fabian Holmström (författare)

2012

Användandet av böcker

Sofia Lindberg (författare), Eriko Takemoto (författare)

2012

Från bokomslag till digital bokbild: Materialitet, funktion och teknik på tröskeln till den digitala boken

Shu-Chin Hysing (författare)

2013

Metadata & discoverability

Linnea Skantz (författare)

2013

Bilden av boken: Den fysiska boken som inredningsdetalj och livsstilsmarkör

Alexandra Wahlström (författare)

2013

Crossover på bokmarknaden

Klara Bjelkenäs (författare), Anna Winberg von Friesen (författare)

2013

Camilla Läckberg – En stjärnförfattares varumärkesstrategi och självframställning

Emma Åhlén (författare)

2013

Bibeln materialiserad – utformning, format och plattformar i historisk och nutida utgivning

My Björling (författare), Sara Fredin (författare)

2013

P-boken och e-boken: En komparation och värdeanalys av bokmarknadens mest centrala format

Carmen Katarina Robertson Salas (författare), Malin Hansson (författare)

2013



## Bilaga 2, kandidatuppsatser som inte är registrerade i LUP våren 2014

Återspeglas förlagens positioner på bokmarknaden i litteraturstödsfördelningen? — En analys med utgångspunkt i 2011 års Litteraturutredning

Dyberg, Erika (författare) & Mikaelsson, Carola (författare)

2011

Kapitelbokens formgivning. Typografi i en barnbokskategori

Lilliehorn, Terese (författare) & Svenske, Josefin (författare)

2010

Dagens Bookfit – om konstruktionen av författarjag i bloggar

Meksa, Sonja (författare)

2011

Fantasy på bokmarknaden: en studie om fantasyns placering och målgrupp i den svenska bokhandeln

Claesson, Jessica (författare)

2013

Att vara eller inte vara? En analys av den fysiska bokhandelns framtid

Möller, Linn (författare) & Slagbrand, Johanna (författare)

2010