

Lunds universitet

Cecilia Imberg och Sara Petersson

Förlags- och bokmarknadskunskap

FBMK12

Institutionen för kulturvetenskaper

Handledare: Ann Steiner

Examinator: Sara Kärrholm

2016-06-02

Med en bokhylla i byxfickan

En undersökning av Storytel-användare och ljudbokslyssning

Abstract

Storytel is the leading streaming digital audiobook service in Sweden with over 200 000 users. The audiobook market is thriving, but there is still a lack of interest from researchers. The aim of this thesis is to map the Storytel users: who they are, what they listen to, and how they use the service. The thesis also aims to analyse how the audiobook medium affects the reading experience.

In order to gain a more comprehensive view of the audiobook and its users, multiple angles of approach were used in the thesis: best-seller lists from Storytel and *Svensk bokhandel* were compared; a survey directed towards Storytel users was conducted; Storytel's content manager Angelica Fredriksson was interviewed; the Storytel app was downloaded and analysed.

The result of this thesis is that the audiobook market has changed. The main target group is middle aged women, however the Storytel users today span several age groups. Crime fiction is the most popular genre, but what matters most to the listener when choosing an audiobook is the narrator, even more so than the author. The audiobook medium facilitates multitasking, which can add value to an otherwise monotone activity such as cleaning. Lastly, the thesis shows that the audiobook and the printed book can coexist, and that the reader easily can alternate between the two mediums.

Keywords: audiobooks, Storytel, publishing studies, users, medium, mediality

Sökord: ljudböcker, Storytel, förlag, bokmarknad, användare, medium, medialitet

Innehållsförteckning

Inledning.....	1
Syfte och frågeställningar	2
Material.....	2
Metod	3
Teori.....	6
Tidigare forskning.....	9
Bakgrund.....	11
Svenska ljudboksmarknaden 2016	13
Storytel.....	14
Andra ljudbokstjänster.....	15
Undersökning och analys	16
Användare.....	16
Genre	20
Uppläsare	26
Medialitet.....	30
Avslutning	39
Källförteckning	42
Bilagor	46
Bilaga 1 – Topplistor	46
Bilaga 2 – Enkätundersökning.....	47
Bilaga 3 – Topplistor, statistik.....	52
Bilaga 4 – Intervjuguide	53
Bilaga 5 – Storytel-appen	54

Inledning

Idag kan du handla med Hermione Granger, storstäda med Sam Gamgi och promenera med Prins Caspian. Ljudbokstjänster som Storytel erbjuder tusentals titlar och mobiltelefonen har gjort det möjligt att ha en hel bokhylla i byxfickan. För 125 år sedan gav tekniken inte samma möjligheter. Ändå bestämde sig Mark Twain år 1891 för att spela in sin bok *Arfvingen från Amerika* och hyrde en fonograf av författaren och kritikern William Dean Howells. Inspelningen gjordes på fonografens cylinder som var begränsad till fyra minuters ljudupptagning. Fyra dussin cylindrar senare gav Mark Twain upp. I ett brev till Howells skrev han: ”You can’t write literature with [the phonograph] because it hasn’t any ideas & it hasn’t any gift for elaboration [...] but is just matter-of-fact. compressive. unornamental, & as grave & unsmiling as the devil.”¹ Twain kom att se fonografen som en fantasins och konstens fiende. Tio år senare ersattes cylindrarna av skivor med en inspelningskapacitet på tolv minuter. En lyssnare kommenterade att det ändå hade krävts en skottkärra för att kunna bära med sig dessa ”talande böcker”.²

Sedan dess har mycket hänt. En bok som Tolstojs *Krig och fred*, som tidigare upptog 119 grammofonskivor, 45 kassettband eller 50 CD-skivor, ryms nu i en mobiltelefon.³ Lagringskapaciteten är inte längre ett problem och mobiltelefonerna är en förklaring till att ljudboksmarknaden blomstrar och antalet lyssnare ökar. Ändå är forskning kring ljudböcker inte vanligt förekommande och när forskning väl bedrivs, jämförs ljudboken ofta ofördelaktigt med den tryckta boken: Kan vi verkligen läsa med våra öron? Andra diskussioner kretsar kring hur legitim dess estetiska form är.⁴ Trots detta fortsätter ljudboksanvändningen att öka, vilket gör det intressant att undersöka användarna. Hur ser de på ljudboken jämfört med den tryckta boken? Finns det aspekter av litteraturen som ljudboken kan lyfta fram? Dessa är några av de frågor som kommer att diskuteras i denna uppsats.

Dessutom är ljudboksmarknaden svår att överblicka. Det räcker med en snabb blick på *Svensk bokhandels* ljudbokstopplista för 2015 för att inse att den ljudboksstatistik som finns tillgänglig är missvisande. På topplistan fjärde plats ligger David Lagercrantz *Det som inte dödar oss*. Samma bok ligger på femte plats. Längre ner på listan, på tionde plats, återfinns titeln en tredje gång. Skälet till detta är att bokens tre format åtskiljs: cd, mp3-fil och mp3-cd. Dessutom saknas

¹ John M. Pickers, *Victorian Soundscapes*, Oxford: Oxford University Press, 2003, s. 126–127.

² Matthew Rubery (red.), *Audiobooks, literature, and sound studies*, New York: Routledge, 2011, s. 5.

³ Rubery, 2011, s. 8–9.

⁴ Matthew Rubery (red.), *Audiobooks, literature, and sound studies*, New York: Routledge, 2011, s. 5.

⁵ Rubery 2011, ”Ett år av Sverige”, *Svensk bokhandel*, 2016, nr. 1, s. 30; Tove Leffler, ”Vad lyssnar vi på

⁴ Rubery, 2011, s. 10.

Storytel, Sveriges största ljudbokstjänst, liksom andra strömningstjänster i statistiken. Eftersom strömmade ljudböcker omsätter mer än sålda, säger inte ljudbokstopplistan för 2015 något om vad den svenska ljudboksanvändaren egentligen lyssnar på.⁵ Därför undersöks i denna uppsats vad Storytel-användaren lyssnar på för att se om det skiljer sig från vad som läses i tryckt form.

Syfte och frågeställningar

Syftet med denna uppsats är att undersöka Storytel-användarna: vilka de är, vad de lyssnar på och hur de använder tjänsten. För att få en mer komplett bild av användarna undersöks de ur flera infallsvinklar, som beskrivs närmare i nästkommande kapitel. Fokus ligger på Storytel eftersom de än så länge är den enda ljudbokstjänsten som kan påverka ljudboksstatistiken.⁶ Syftet är även att analysera hur läsoplevelsen påverkas av att verket förpackas som ljudbok. Uppsatsens utgångspunkt är att ljudboken och den tryckta boken är likvärdiga litteraturformer med olika kvaliteter.

De frågeställningar som undersöks är:

- Vem är Storytel-användaren?
- Vad lyssnar Storytel-användaren på?
- Hur påverkar ljudboksmediet upplevelsen av boken?

Material

Primärmaterialet för denna uppsats är Storytel. Valet av Storytel grundas i deras ledande ställning som strömmande ljudbokstjänst i Sverige.⁷ De har visserligen inte monopol på marknaden utan konkurrerar med exempelvis Nextory och BookBeat, men av olika anledningar som utvecklas mer i bakgrundsdelen ingår inte dessa tjänster i uppsatsens material.

Uppsatsens material går att dela in i fyra delar. Den första delen består av årstopplistor från *Svensk bokhandel* och Storytel, som sträcker sig över åren 2013, 2014 och 2015 (se bilaga 1). *Svensk bokhandels* topplistor visar försäljningsstatistik från Bokhandlare- och Förläggareföreningen med information från bokhandelskedjorna, oberoende boklådor, nätbokhandeln samt Coop. Eftersom deras statistik omfattar flera försäljningskanaler blir topplistorna förhållandevis representativa för försäljningen av tryckta böcker i Sverige. Topplistorna från *Svensk bokhandel* presenterar de tjugo bäst säljande tryckta skönlitterära

⁵ Tove Leffler, "En bild av Sverige", *Svensk bokhandel*, 2016, nr. 1, s. 30; Tove Leffler, "Vad lyssnar vi på egentligen?", *Svensk bokhandel*, 2016, nr. 3, s. 30.

⁶ Leffler, "Vad lyssnar vi på egentligen?", s. 30.

⁷ Leffler, "En bild av Sverige", s. 30.

titlarna från det gångna året, men i materialet ingår endast de tio första eftersom Storytels ljudbokstopplistor visar topp tio. På Storytels topplistor, till skillnad från *Svensk bokhandels*, åtskiljs inte skön- och facklitteratur, vilket hålls i åtanke under analysen. Topplistematerialet består sammanlagt av 60 titlar. Det är inte 60 unika titlar; vissa återfinns på både *Svensk bokhandels* och Storytels topplistor. Dessutom finns det titlar som ligger kvar på topplistan under två år.

Materialets andra del består av 149 enkätsvar (se bilaga 2). Dessa samlades in genom en digital enkät som utformades via Google Formulär. Den riktar sig till Storytels användare med frågor som rör ljudböcker och Storytel. Inledningsvis ställs frågor om deltagarna själva. Sedan följer frågor om deras läsning och lyssning av både tryckta böcker och ljudböcker. Avslutningsvis undersöks vilka faktorer som spelar in vid valet av ljudbok.

Den tredje delen av materialet utgörs av en intervju med Angelica Fredriksson, innehållsansvarig på Storytel. Intervjun genomfördes per telefon den 15 april 2016. Denna kompletterades senare med en mejlkorrespondens där ytterligare några frågor ställdes till Fredriksson.

Den fjärde och sista delen av materialet är Storytels app. Den laddades ned och undersöktes via olika portabla enheter, i detta fall en mobiltelefon och en mediaspelare. Eftersom båda är produkter från Apple, och därmed har samma operativsystem, ser Storytel-appen likadan ut i dessa enheter. För att komma in på appen krävdes ett konto på Storytel.

Metod

I detta kapitel redovisas hur det fyrdelade materialet har behandlats. En del i taget presenteras: först beskrivs hur materialet samlades in och därefter hur det hanterades. Materialets blandade karaktär innebar att användningen av fyra olika metoder var nödvändig.

Svensk bokhandels topplistor hämtades från deras hemsida, vilket krävde prenumeration. Storytel presenterade sin topplista för 2013 via ett pressmeddelande.⁸ Deras topplistor för 2014 och 2015 har inte blivit publicerade och efterfrågades därför per mejl. Efter mejlkommunikation med Angelica Fredriksson sammanställde och skickade de sina topplistor (se bilaga 1). Topplistorna studeras utifrån en komparativ metod. De likheter och skillnader som går att urskilja mellan Storytels respektive *Svensk bokhandels* topplistor undersöks och analyseras. Valet av topplistor från tre år grundas i en strävan efter ett större material som därmed kan sägas vara mer

⁸ Mynewsdesk, ”Genombrott för tantsnusket! Storytel presenterar årets bästsäljande ljudböcker – Sune populärare än Pippi”, 2013-12-30, tillgänglig: <http://goo.se/9rb>, (hämtad 2016-03-24).

representativt. För att strukturera stoffet och synliggöra mönster i topplistorna, upprättades ett Exceldokument utifrån faktorer som genre och uppläsare (se bilaga 3). Genreindelning kan vara problematiskt, men gjordes i detta fall med stöd i Storytels kategorisering.

För att komplettera topplistorna genomfördes en kvantitativ enkätundersökning riktad till Storytels användare. Under upprättandet av enkäten användes Jan Trosts *Enkätboken* (2001) och Annika Eliassons *Kvantitativ metod från början* (2013). Valet av metod grundas i att en kvantitativ metod är lämplig vid mätning av en eller flera gruppers attityder eller förhållanden. En kvantitativ metod ger siffror på undersökningsmaterialet, vilket ger grund till kommande slutsatser.⁹ I denna undersökning är enkätfrågorna till största del slutna och har med andra ord fasta svarsalternativ. Slutna frågor leder till svar som är lätta att kategorisera, men en nackdel är att deltagare kan sakna ett svarsalternativ som besvarar frågan bättre. Eliasson menar att detta till viss del kan kringgås genom ett svarsalternativ betecknat ”Övrigt” där deltagarna själva kan fylla i ett svar. Detta efterföljdes till de frågor i enkäten där det var relevant. Vidare skriver Eliasson att öppna frågor kräver tolkning för att kunna sorteras.¹⁰ I vissa fall efterfrågades en djupare förståelse av deltagarens svar och därför kompletterades några av de slutna frågorna i enkäten med öppna frågor.

Eftersom enkätens målgrupp är en specifik ljudbokslyssnare – Storytel-användaren – var målet att publicera enkäten på Storytels officiella Facebook-sida. Detta urval, som enligt Trost är strategiskt, gick dock inte att genomföra eftersom publikationen på den officiella Facebook-sidan inte beviljades från Storytel. Istället genomfördes ett bekvämlighetsurval, det vill säga en spridning till deltagare som är lätta att nå, med förhoppningen om en snöbollseffekt.¹¹ Det uppnåddes när enkäten spreds via uppsatsförfattarnas personliga Facebook-konton, och delades vidare av bland annat en utbildad bibliotekarie samt en bibliotekariestudent. Ett problem med bekvämlighetsurval är att de inkomna svaren inte nödvändigtvis är representativa för undersökningsgruppen.¹² Spridningen via uppsatsförfattarnas privata Facebook-konton medförde att enkäten till en början främst nådde studerande i åldern 26–35. Ytterligare försök gjordes för att nå en större grupp Storytel-användare genom att publicera enkäten på två Flashback-forum. Dessutom spreds enkäten i Facebook-grupperna ”Ljudböckernas bokcirkel”, en bokklubb exklusiv för ljudböcker, och ”Vi som älskar att läsa böcker!”, en grupp för bokälskare. Vid

⁹ Annika Eliasson, *Kvantitativ metod från början*, 3., [uppdaterade] uppl., Lund: Studentlitteratur, 2013, s. 29–30.

¹⁰ Eliasson, 2013, s. 36–37.

¹¹ Jan Trost, *Enkätboken*, 2., [uppdaterade och utök.] uppl., Lund: Studentlitteratur, 2001, s. 30–32.

¹² Trost, 2001, s. 31.

spridandet av enkäten hade grupperna 1388 respektive 5483 medlemmar.¹³ Då ökade antalet enkätsvar markant. Det blev en större spridning bland deltagarna, både vad gäller ålder och sysselsättning, vilket förmodligen ger en mer representativ bild av Storytel-användaren.

Precis som Eliasson skriver gav de slutna frågorna färdigkategoriserade svar. Dessa sammanställdes i ett Exceldokument, och grafer uppfördes. Svaren på de öppna frågorna krävde bearbetning, tolkning och kategorisering, och kunde emellanåt vara otydliga och därmed svåra att kategorisera.¹⁴ På frågan vad deltagarens sysselsättning är, svarade exempelvis en deltagare ”heltid”, vilket kan tolkas som både arbete och studier. Antalet tvetydiga svar var dock så få att de inte kan anses ha någon större påverkan på slutresultatet.

För att inte bara få mottagarens perspektiv på Storytel genomfördes en kvalitativ intervju med Angelica Fredriksson, innehållsansvarig på Storytel. Eftersom enkäten inte kunde spridas genom Storytels officiella kanaler, kommer intervjun även att fungera som ett komplement till enkätens resultat. Förberedelserna av intervjun gjordes med hjälp av boken *Intervju som metod* (2015) av Monica Dalen, professor samt föreläsare i intervju som forskningsmetodik. Utifrån Dalens genomgång av olika intervjuformer valdes en semistrukturerad form. Denna form innebär att forskaren sammanställer ett antal bestämda ämnen som intervjun kommer att kretsa kring. Enligt Dalen bör forskaren förbereda en intervjuguide bestående av intervjuns övergripande teman med underliggande frågor.¹⁵ Intervjuguiden som användes inför intervjun med Fredriksson utgörs av fem övergripande teman, och därtill sammanlagt 21 frågor (se bilaga 4).

Enligt Dalen ska intervjufrågorna speglas mot uppsatsens frågeställning. Detta var till grund för frågor som ”Vem är den typiske Storytel-användaren?” och ”Hur ser ni på uppläsarens roll?”. De kompletterades sedan med frågor om Storytels olika samarbeten samt tjänstens utbud av ljudböcker. Dessa svarar inte mot frågeställningarna och kommer således att vara en del av bakgrunden. Vidare skriver Dalen att forskaren bör vara försiktig med ledande frågor. Däremot kan forskaren utgå från tidigare yttranden och be den intervjuade kommentera dessa.¹⁶ Detta gjordes exempelvis i frågan angående Storytels utlandsexpansion.¹⁷

Intervjun med Angelica Fredriksson genomfördes per telefon den 15 april 2016. Frågorna ställdes alternerande och svaren antecknades av båda uppsatsförfattarna. Intervjun spelades dessutom in vilket godkändes av Fredriksson. Inspelningen var främst tänkt att fungera som ett stöd om det skulle uppstå osäkerhet kring anteckningarna. En del av intervjun bestod av frågor

¹³ Facebook, gruppen ”Ljudböckernas bokcirkel”, tillgänglig: <http://goo.se/Fub>, (hämtad 2016-04-05); Facebook, gruppen ”Vi som älskar att läsa böcker!”, tillgänglig: <http://goo.se/Eub> (hämtad 2016-04-05).

¹⁴ Eliasson, 2013, s. 37.

¹⁵ Monica Dalen, *Intervju som metod*, 2., [utök.] uppl., Malmö: Gleerups utbildning, 2015, s. 34–35.

¹⁶ Dalen, 2015, s. 35–36.

¹⁷ Lars Schmidt, ”Storytel expanderar”, *Svensk bokhandel*, 2016, nr. 8, s. 12.

som kunde anses beröra företagshemligheter och därmed kunde ses som känsliga. Dessa frågor ställdes trots allt men Fredriksson blev underrättad i förväg.

Materialet från intervjun samt mejlkorrespondensen hanterades med hjälp av Dalens *Intervju som metod*. Dalen förespråkar att forskaren läser igenom alla uttalanden för att sedan råkoda dem, vilket innebär en öppen kodning som identifierar olika begrepp. Därefter ska alla uttalanden sorteras in i olika kategorier och så småningom teoretiseras.¹⁸ Fredrikssons intervju kunde kategoriseras utifrån fem teman: bakgrundsinformation, användare, genre, uppläsare och medialitet.

Storytel-appen undersöktes med hjälp av boken *Att fånga nätet: kvalitativa metoder för Internetforskning* (2003).¹⁹ Eftersom appar inte fanns när boken trycktes, behandlar den främst webbsidor och social interaktion. Bokens analysinstrument för webbsidor går dock till viss del att tillämpa på Storytels app. I boken presenteras en lista över olika typer av sidor som kan ingå på en hemsida, exempelvis försida (startsida), indexsida (innehållsförteckning), dagbokssida, gästböcker et cetera. Sveningsson med flera förespråkar att forskaren identifierar dessa sidor, undersöker hur de är sammanlänkade och därefter fokuserar på en sida åt gången.²⁰ Dessa sidtyper går att överföra på Storytels app med viss anpassning. Gästbokssidan representeras till exempel av användarnas recensioner och betyg, medan användarens bokhylla kan fungera som en dagbokssida.

Teori

I en uppsats om ljudboksmediet är kommunikationsteoretikern Marshall McLuhans (2001) berömda uttalande ”the medium is the message” värt att förhålla sig till. McLuhans poäng är att mediet formar budskapet och att det därför är mediet som ska studeras – inte innehållet.²¹ I förordet till den svenska utgåvan skrivet av Peter Dahlgren, professor i medie- och kommunikationsvetenskap, poängteras att en central del i McLuhans teorier är tanken att medierna utgör olika språk. Detta innebär att ”varje enskilt medium har sina specifika villkor som möjliggör vissa framställningsformer, vissa tankesätt, vissa sorters upplevelser – och utesluter andra”.²² Enligt McLuhan består ett medium alltid av ett annat medium: innehållet i en tryckt bok är det skrivna ordet, och skriftens innehåll är talet. Vidare menar McLuhan att detta innehåll ofta

¹⁸ Dalen, 2015, s. 79.

¹⁹ Malin Sveningsson, Mia Lövheim och Magnus Bergquist, *Att fånga nätet: kvalitativa metoder för Internetforskning*, Lund: Studentlitteratur, 2003.

²⁰ Sveningsson, Lövheim och Bergquist, 2003, s. 157–158.

²¹ Marshall McLuhan, *Media*, [ny utg.], Skarpnäck: Pocky/Tranan, 2001, s. 9.

²² McLuhan, 2001, s. 10.

tar fokus från mediet i sig, vilket i sin tur innebär att omgivningen inte alltid ser förändringarna i samhället som mediet för med sig.²³ Dahlgren hänvisar till dagens digitala medier som ”på bara några år har medfört stora förändringar inom arbetslivet, utbildningen, politiken, kulturen och vårt levnadssätt”.²⁴

Denna uppsats fokuserar på ljudboksanvändaren och det kan därför tyckas lämpligt att ha en användarteori som utgångspunkt. Det finns många teorier om läsaren och läsupplevelsen men dessa teorier utgår främst från den tryckta boken och är svåra att applicera på ljudboksupplevelsen. Därför kommer utgångspunkten för denna uppsats att vara litteraturprofessorn Lars Elleströms medieteorier från boken *Media Borders, Multimodality and Intermediality* (2010). Utifrån hans teori är det möjligt att se hur olika medier är besläktade genom att närmare undersöka deras likheter och skillnader.²⁵ Elleströms teori kompletteras med artikeln ”Conceptualising the audiobook experience” som publicerades 2012 i den tvärvetenskapliga tidskriften *Soundeffects*. Artikeln, som är skriven av Birgitte Stougaard Pedersen, lektor i estetik och kultur, och Iben Have, lektor i medievetenskap, undersöker skillnaderna mellan läsupplevelsen vid läsandet av en tryckt bok och lyssningen av en ljudbok utifrån Elleströms medieteorier.²⁶ Dessa teorier kommer dels användas för att belysa likheter och skillnader mellan den tryckta boken och ljudboken, och dels för att jämföra läsupplevelsen mellan de olika medierna.

Enligt Elleström kan alla medier beskrivas utifrån fyra modaliteter. Begreppet modalitet kommer från det engelska ordet ”mode” och handlar om ett sätt att vara eller göra något. De fyra modaliteterna är *the material modality*, *the sensorial modality*, *the spatiotemporal modality* och *the semiotic modality*.²⁷

Den materiella modaliteten definieras som mediets inneboende, fysiska gränssnitt. Det fysiska gränssnittet för en tryckt bok är en platt yta med text, medan gränssnittet för musik består av ljudvågor. Vissa medier kräver en kombination, exempelvis tv-program vars gränssnitt innefattar en platt yta med föränderliga bilder i kombination med ljudvågor.²⁸

Den sensoriska modaliteten handlar om hur användaren tar till sig mediets gränssnitt genom olika sinnen och handlingar. Elleström tar upp de fem sinnen – syn, hörsel, känsla, smak och

²³ McLuhan, 2001, s. 19, 31.

²⁴ McLuhan, 2001, s. 10.

²⁵ Lars Elleström (red.), *Media borders, multimodality and intermediality*, Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2010, s. 12.

²⁶ Birgitte Stougaard Pedersen och Iben Have, ”Conceptualising the audiobook experience”, *Soundeffects*, 2012, vol. 2, nr. 2, även tillgänglig: <http://www.soundeffects.dk/article/view/6967/6639>, (hämtad 2015-04-08), s. 80, 82.

²⁷ Elleström (red.), 2010, s. 14–15; Hädanefter skrivs dessa termer på svenska utifrån egen översättning: den materiella modaliteten, den sensoriska modaliteten, den spatiotemporal modaliteten och den semiotiska modaliteten.

²⁸ Elleström (red.), 2010, s. 17.

lukt – men menar att det är mer komplext än så. Att läsa en tryckt bok handlar enligt Elleström inte bara om att *se* de skrivna bokstäverna. Läsning handlar om att se bilder i sitt inre, bilder som inte liknar de faktiska bokstäverna. Läsning involverar också den inre hörseln, alltså ordens ljud. Dessutom spelar läsarens tidigare erfarenheter in, och dessa kan sätta andra sinnen i spel.²⁹

Den spatiotemporala modaliteten består av fyra dimensioner: bredd, höjd, djup och tid. Vissa medier omfattar bara två av dessa dimensioner, exempelvis ett fotografi (bredd och höjd), medan andra, till exempel en dans, innehar alla fyra. En person som tittar på ett fotografi kan blunda utan att missa något eftersom fotografiet inte har en tidsdimension. Om personen däremot blundar under en dansföreställning missar hen något, eftersom dansen har en början, en mitt och ett slut – en tidsdimension. Genom att se på den materiella modaliteten med hjälp av den spatiotemporala modaliteten kan man se att det finns väldigt distinkta och särskilt relevanta spatiotemporala skillnader mellan olika medier.³⁰

Den semiotiska modaliteten handlar om mening och betydelse. Mediets fysiska gränssnitt har ingen mening i sig självt; det är snarare användaren som skapar mening i tolkandet.³¹

Stougaard Pedersen och Have (2012) applicerar Elleströms modaliteter på ljudboken och drar slutsatsen att ljudbokslyssning och läsandet av en tryckt bok skiljer sig åt inom nästan varje modalitet. Ljudbokens materiella modalitet är ljudvågor som är teknologiskt förmedlade. Den sensoriska modaliteten vid ljudbokslyssnande består dels av hörande och dels av den taktila erfarenheten, exempelvis känslan av hörlurar i öronen. Ljudbokslyssning kan även aktivera sinnen som är oberoende av lyssningssituationen, exempelvis under en promenad där personen känner marken under fötterna och hör fåglarna kvittra.³²

Vad gäller ljudbokens spatiotemporala modalitet fokuserar Stougaard Pedersen och Have på den kognitiva processen. Bokens innehåll är i princip detsamma i den tryckta boken och ljudboken, men det som lyssnaren ser framför sig utifrån bokens innehåll utmanas av det sensoriska intryck hen får av verklighetens omgivning. Dessutom är läsarsituationen annorlunda eftersom ljudboken har en uppläsare vars val formar framförandet av texten och bestämmer över läsandet.³³

Vid diskussionen kring ljudbokens semiotiska modalitet anser Stougaard Pedersen och Have att det är viktigt att förstå hur uppläsarens framförande av boken är meningsskapande. Detta innebär dock inte att lyssnaren är helt oviktig i tolkandet av ljudböcker, men de

²⁹ Elleström (red.), 2010, s. 18.

³⁰ Elleström (red.), 2010, s. 18–19.

³¹ Elleström (red.), 2010, s. 21–22.

³² Stougaard Pedersen och Have, 2012, s. 87.

³³ Stougaard Pedersen och Have, 2012, s. 87.

tolkningskunskaper som krävs skiljer sig gentemot läsningen av en tryckt bok; lyssnaren behöver färdigheter i att förstå talat språk. Stougaard Pedersen och Have vill lägga till en femte modalitet – den metamodala – för att fånga hur kroppens rörelser och den omgivande platsen kan påverka ljudboksoplevelsen.³⁴ I uppsatsen kommer dock inte den femte modaliteten att användas då denna redan kan tyckas ingå i den sensoriska modaliteten.

Tidigare forskning

Forskningen kring ljudböcker är begränsad, särskilt utifrån den svenska marknaden. Boken *Audiobooks, Literature, and Sound Studies* (2011), skriven av litteraturprofessorn och ljudbokshistorikern Matthew Rubery, ses som en av de första vetenskapliga böckerna som fokuserar på ljudboken.³⁵ Därför kommer Rubery vara viktig i uppsatsens analys. Han kommer dock inte vara en teoretisk utgångspunkt eftersom han inte formulerar någon teori. Istället presenteras hans text i detta kapitel, tillsammans med två skandinaviska undersökningar gjorda av Iben Have och Birgitte Stougaard Pedersen (2015), samt Terje Colbjørnsen (2015).

I *Audiobooks, Literature, and Sound Studies* argumenterar Rubery för att ljudbokslyssning är likvärdigt med att läsa en tryckt bok. Han menar att ljudboken för det mesta nedvärderas i akademiska texter då den jämförs med den tryckta boken. För att komma vidare i ljudboksforskningen inleder han boken med att bemöta olika påståenden som ljudbokskritiker ofta fokuserar på. Enligt kritikerna försvinner exempelvis ljudbokens tempo från läsarens kontroll, vilket Rubery till viss del instämmer i. Lyssnaren kan bli okoncentrerad och missa en viktig del av uppläsningen. Däremot riskerar lyssnaren aldrig att skumläsa, likt läsaren av den tryckta boken, och hans poäng är alltså att läsarens kontroll inte alltid är bra. En närliggande kritik är att uppläsaren stör lyssnarens bemötande av texten. Rubery menar att uppläsaren samtidigt kan lyfta en text genom att läsa med dialekt, brytning, läspning, stamning et cetera. Ljudböcker kritiserar även för att tilltala örat, inte ögat. Därmed kan lyssnaren syssla med annat samtidigt som hen lyssnar, vilket enligt många gör läsningen sekundär. Rubery skriver att det egentligen inte finns någon forskning som styrker detta och hänvisar även till författaren och litteraturkritikern Birkerts, som generellt är skeptisk till teknik, men som trots allt lyfter fram den potentiellt spännande dubbelheten som uppstår när de visuella och virtuella världarna krockar eller sammanfaller.³⁶

³⁴ Stougaard Pedersen och Have, 2012, s. 87, 91–92.

³⁵ Stougaard Pedersen och Have, 2012, s. 81.

³⁶ Rubery (red.), 2011, s. 1, 10, 12–15.

År 2015 publicerade Terje Colbjørnsen, filosofie doktor och forskare inom media och kommunikation, en vetenskaplig artikel som presenterar ljudbokens teknologiska utveckling från 1980 till 2012. Han undersöker samspelet mellan teknik och förlagsstrategier och kopplar detta till bokmarknaden i stort, med särskilt fokus på den norska ljudboksmarknaden. Colbjørnsen ger dessutom en grundlig genomgång av ljudbokens historiska utveckling och funktion som är relevant för den här uppsatsens bakgrundskapitel.³⁷

Colbjørnsens slutsatser är att tre aspekter har format ljudboken: ”disability, technology and mobility”. Med ”disability” åsyftar Colbjørnsen olika typer av lässvårigheter som har drivit fram behovet av upplästa böcker – talböcker. Ur dessa talböcker utvecklades så småningom ljudboken. ”Technology” refererar till de stora generella teknologiska förändringarna som har skett under de senaste decennierna. Exempelvis har teknologin vad gäller inspelning och uppspelning genomgått stora förändringar under en kort tid och med en oerhörd hastighet. ”Mobility” går hand i hand med den teknologiska utvecklingen. Handhållna musikspelare såsom Walkman och Ipod, samt olika typer av mobiltelefoner, är exempel på teknik som inte är tillverkad specifikt för ljudboken men som ljudboksförlagen sett möjligheter i, på grund av mobiliteten.³⁸

Have och Stougaard Pedersen har genomfört en undersökning om ljudboksanvändarna. Den publicerades år 2015 i boken *Digital Audiobooks: New Media, Users, and Experiences*. Genom kvantitativa enkäter över den amerikanska och skandinaviska ljudbokmarknaden, och kvalitativa observationer som baseras på intervjuer med danska ljudbokslyssnare, söker de svar på frågor som vem som läser ljudböcker, vad de läser och hur de läser. Syftet med undersökningen är att se varför vissa genrer, uppläsare och situationer föredras vid ljudbokslyssning, och vad som gör dessa särskilt lämpade för ljudboken.³⁹

Have och Stougaard Pedersens slutsatser är att mobilitet och flexibilitet är viktigt för användaren som tycker om att syssla med annat samtidigt som hen lyssnar. Enligt Have och Stougaard Pedersen kommer ljudboken inte att ersätta den tryckta boken, utan snarare fungera i sammanhang där det tidigare inte har gått att läsa med ögonen. Samtliga informanter i deras undersökning tycker att uppläsaren är viktig, men inte lika viktig som författaren. Vilka genrer som föredrogs varierade, men bland de mest populära kan nämnas danska kriminalromaner, biografier och klassiker.⁴⁰

³⁷ Terje Colbjørnsen, ”The accidental avant-garde: Audiobook technologies and publishing strategies from cassette tapes to online streaming services”, *Northern Lights*, 2015, vol. 13, nr. 1, s. 83–84, 86, 89.

³⁸ Colbjørnsen, 2015, s. 86–87, 89–90, 99.

³⁹ Iben Have och Birgitte Stougaard Pedersen, *Digital Audiobooks : New Media, Users, and Experiences*, Hoboken: Taylor and Francis, 2015, s. 99.

⁴⁰ Have och Stougaard Pedersen, 2015, s. 114.

Have och Stougaard Pedersens resultat bygger på fem intervjuer med ljudbokslyssnare, fyra män och en kvinna – ett urval som inte är representativt för ljudbokslyssnarna, vilket de själva är medvetna om.⁴¹ Vidare utmynnar deras undersökning i ett försök att förutse nästa grupp ljudbokslyssnare: personer som kan lyssna ”while doing monotonous or uninteresting work” men också personer som ägnar sig åt träning på fritiden.⁴² Hur de utifrån sin egen undersökning kan landa i denna slutsats framgår inte, vilket gör att undersökningen upplevs som något ovetenskaplig. Den används därför inte som teoretisk utgångspunkt men eftersom den koncentrerar sig på användaren, till skillnad från många andra ljudboksundersökningar, kommer det återkopplas till den i uppsatsens analys.

Bakgrund

Ljudboken kan definieras som ett inläst verk som är uppspelningsbart i olika format och kan lagras på olika slags medier.⁴³ Dessa olika format och medier brukar delas in i två typer av ljudböcker: fysiska och digitala. Digitala ljudböcker innefattar nedladdningsbara och strömmade ljudböcker, medan fysiska ljudböcker åsyftar ljudböcker som säljs på cd/dvd eller liknande fysisk bärare. Även fysiska ljudböcker är emellertid digitala, vilket gör termen ”digitala ljudböcker” något problematisk.⁴⁴

Även ljudböcker och talböcker bör särskiljas. Ljudböcker ges ut i ett kommersiellt syfte, till skillnad från talboken som finansieras av statliga medel och är avsedd för personer med läshinder, exempelvis dyslexi, afasi, synsvaghet eller blindhet.⁴⁵ Denna uppsats behandlar endast ljudboken, men eftersom ljudboken har utvecklats ur talboken redovisas nedan deras gemensamma historia.

Talbokens och ljudbokens historia kan sägas inledas när Thomas Edison uppfann fonografen år 1877. Först då blev det möjligt att spela in talat ljud, vilket fick Edison att utveckla det han kallade ”fonografiska böcker”. Sång och lyrik spelades in, men tekniken behövde förbättras. Lagringen var ett stort problem eftersom bara fyra minuter fick plats på varje fonografisk cylinder. Därför dröjde ”den talande bokens” genombrott. Efter första världskriget uppstod ett behov av inspelad litteratur när många soldater återvände med ögonskador. De första talböckerna spelades in på 30-talet i USA och Storbritannien för att förse dessa krigsveteraner med

⁴¹ Have och Stougaard Pedersen, 2015, s. 115.

⁴² Have och Stougaard Pedersen, 2015, s. 117–118.

⁴³ Ann Steiner, *Litteraturen i mediasamhället*, 3., [uppdaterade, rev. och utök.] uppl., Lund: Studentlitteratur, 2015, s. 130–131.

⁴⁴ Erik Wikberg, *Boken 2016 – marknaden, trender och analyser*, Stockholm: Svenska Bokhandlareföreningens Service AB och Svenska Förläggare AB, 2016, sid. 8.

⁴⁵ Colbjørnsen, 2015, s. 89.

underhållning och utbildning. Till en början förknippades alltså upplästa böcker med olika typer av funktionsvariationer. På 60-talet introducerades kassetbandet och det möjliggjorde att den upplästa boken tillgängliggjordes för fler än personer med läshinder. Kassetbandens framfart på marknaden under efterföljande decennium gjorde termen ljudbok aktuell och kassettspelare som Walkman förflyttade boklyssningen ut ur hemmets rum. Colbjørnsen nämner även hur viktig bilen har varit för ljudboken. När kassettspelaren installerades i bilarna uppstod en ny plats att lyssna på böcker. Colbjørnsen citerar här Robin Whitten (2002), grundare för AudioFile Magazine: ”[T]he audiobook industry was born in traffic.”⁴⁶ I takt med dessa förändringar blev marknaden mer kommersiell eftersom de stora förlagen började satsa på utgivning av ljudböcker. Det var dock inte förrän 1994 som termen audiobook (på svenska: ljudbok) blev etablerad som branschstandard av The Audiobook Association.⁴⁷

Runt sekelskiftet skedde nästa förändring då ljudboken började tillgängliggöras på internet via digitala format som mp3-filer. Mediet fick ytterligare en knuff i rätt riktning när Apple år 2003 fick ensamrätt att distribuera USA:s då största ljudboksaktör Audibles ljudböcker på iTunes Music Store. Apples Ipod var vid den tidpunkten den dominerande mediaspelaren för digitalt ljud på marknaden, en plats den behöll tills smarta telefoner slog igenom 2007. Alla de funktioner som en mobiltelefon är försedd med ger dess ägare möjlighet att ha en bokhylla i fickan. Sammanfattningsvis kan sägas att utvecklingen av talböcker och ljudböcker under alla år har drivits fram av teknologiska förändringar. Ljudboksförlagen har behövt anpassa sig efter dessa, vilket enligt Colbjørnsen har gjort dem till teknologiska pionjärer på bokmarknaden.⁴⁸

Utvecklingen av talboken på den svenska marknaden är likartad den anglosaxiska, men påbörjades ungefär 25 år senare. År 1955 producerades den första talboken i Sverige och ytterligare 20 år senare spelades den första ljudboken in på kassetband.⁴⁹ Sveriges första ljudboksförlag bildades av Synskadades riksförbund 1986 och hette Kassettboksförlaget. Till en början var deras målgrupp personer med läshinder, men en bredare målgrupp krävdes för att det skulle vara ekonomiskt hållbart och därför började de satsa på kommersiella ljudböcker. Den första kommersiella kassettboken, Hans Alfredsons *Lagens långa näsa*, gavs ut samma år. 1999 gav Bonnier sig in på ljudboksmarknaden genom att köpa 70 % av Kassettboksförlaget, som vid denna tid hade bytt namn till Iris förlag. Därefter började allt fler förlag satsa på ljudböcker, bland annat Piratförlaget och Norstedts. Även renodlade ljudboksförlag startades, exempelvis

⁴⁶ Colbjørnsen, 2015, s. 86–87; R. Whitten, ”Growth of the audio publishing industry”, *Publishing Research Quarterly*, 2002, vol. 18, nr. 3, s. 3.

⁴⁷ Rubery (red.), 2011, s. 2–5, 8; Colbjørnsen, 2015, s. 89–90.

⁴⁸ Colbjørnsen, 2015, s. 86–87, 91.

⁴⁹ Steiner, 2015, s. 131.

StorySide (2001) och Earbooks (2003). Den första CD-boken gavs ut av Bonnier Audio år 2000 – även denna gång var det Hans Alfredsons *Lagens långa näsa*. Ett år senare började ljudböcker även produceras i digitalt format.⁵⁰

Svenska ljudboksmarknaden 2016

Försäljningen av digitala böcker har ökat på den svenska marknaden, enligt Svenska Bokhandlareföreningens och Svenska Förläggareföreningens gemensamma rapport *Boken 2016 – marknaden, trender och analyser*. En stor anledning till detta är Storytel som genom sin abonnemangstjänst har blivit en viktig försäljningskanal. Framför allt försäljningen av digitala ljudböcker har ökat mycket kraftigt. Digitala ljudböcker har haft en unik utveckling i Sverige enligt Jeanette Löfgren, marknads- och försäljningschef för digitala böcker inom Bonnierförlagen. De digitala formatens framgångar beror på flera faktorer; bland annat har fler läsare vant sig vid att läsa texter på skärmar samtidigt som tekniken blivit bättre. Det skapas nya tjänster som använder sig av mediet på tidigare utforskade sätt, såsom Storytel med abonnemang som betalningssätt. Denna affärsmodell har lett till att nytgivna böcker står för en mindre andel av försäljningen eftersom det inte finns någon lagerkostnad för att hålla ett stort antal titlar. Detta i sin tur betyder även att utgivningsbesluten för ljudböcker blir mer långsiktiga.⁵¹

Det verkar finnas en allmän förmodan bland de experter inom digitala format som intervjuas i *Boken 2016* att de fysiska ljudböckerna med tiden kommer att ersättas av strömmade och nedladdningsbara ljudböcker. För producenterna är detta positivt eftersom de digitala ljudböckernas format gör att de till exempel vattenmärks med köparens namn, vilket gör dem bättre skyddade mot piratkopiering än vad fysiska ljudböcker är. Liksom med e-boken finns det tankar kring om den digitala ljudboken kommer att överta marknaden från den fysiska boken. Sofia Zettergren, finansdirektör på Storytel, anser att detta inte är fallet med Storytel. Hon säger: ”Vi tror [...] inte att Storytel tar så stora andelar från pappersboken. Vi tror istället att vi ökar den totala marknaden.”⁵² Det går dock delade åsikter om detta i branschen. Håkan Rudels, vd för Bonnierförlagen, menar att de strömmade ljudböckerna visst tar försäljning från de tryckta böckerna. Han tillägger dock att Bonnierförlagen har slutat titta på försäljningen utifrån enskilda format, för att istället fokusera på hur boken säljer totalt.⁵³

⁵⁰ Lasse Winkler, ”Ljudboken ökar stort på marknaden”, *Svensk Bokhandel*, 2008-03-17, tillgänglig: <http://www.svb.se/nyheter/ljudboken-okar-stort-pa-macken>, (hämtad 2016-05-03); Steiner, 2015, s. 131.

⁵¹ Wikberg, 2016, s. 12, 36–37.

⁵² Wikberg, 2016, s. 36.

⁵³ Kalle Laxgård och Sara Djurgård, ”Ljudboksboomen slår olika”, *Svensk bokhandel*, 2016, nr. 3, s. 8–9.

Storytel

Storytel, som är världens första strömmande ljudbokstjänst, grundades år 2005 av Jon Hauksson och Jonas Tellander. De hette då Bokilur men bytte namn två år senare för att fungera bättre internationellt. Tjänsten erbjuder strömmade ljudböcker till användarnas mobiltelefoner, surfplattor och datorer. Användarna betalar månadsvis för ett abonnemang som ger tillgång till hela tjänstens sortiment. Som ny användare är de första 14 dagarna gratis. Därefter kostar abonnemanget 169 kronor per månad. Eftersom Storytel har avtal med nästan alla svenska förlag, erbjuds så gott som alla titlar som kommer ut som ljudbok, vilket i april 2016 omfattar 3500–4000 svenska ljudbokstitlar. Ljudböckerna, som är i mp3-format, strömmas till användarens portabla enhet via Storytels app. Sedan julen 2013 ingår även e-böcker i sortimentet. Storytel ger också ut egna böcker under namnet StorySide. Antalet abonnenter har ökat under åren, liksom bolagets omsättning, och Storytel har varit drivande i utvecklingen av ljudböcker i Sverige. I december 2014 uppgick antalet betalande abonnenter till 107 000. Ett år senare var antalet användare 200 000.⁵⁴

Under sommaren 2015 såldes Storytel till Massolit Media för 576 miljoner kronor. Bolagen slogs ihop och går sedan dess under namnet Storytel. Storytel består därmed numera av två ben, ett för subscription och ett för publishing. Subscription omfattar abonnemangstjänsten för ljud- och e-böcker, medan publishing består av bokförlagen Massolit, B. Wahlströms samt ljudboksförlagen StorySide och Rubinstein Audio. Ljudbokstjänstens grundare och vd Jonas Tellander är nu vd för hela koncernen.⁵⁵

Under våren 2016 förvärvade Storytel den tidigare konkurrenten Mofibo. Mofibo grundades i Danmark sommaren 2013 och har erbjudit ljudböcker såväl som e-böcker. I Sverige och Danmark kommer tjänsterna tills vidare finnas kvar, men i Nederländerna läggs Mofibos verksamhet ner till fördel för Storytel. Hur detta utvecklas i framtiden återstår att se.⁵⁶

⁵⁴ Mynewsdesk, "Världens första strömmande ljudbokstjänst, svenskgrundade Storytel, expanderar nu till Holland och Danmark", 2013-05-14, tillgänglig: <http://gooo.se/Arb>, (hämtad 2016-04-20); Storytels hemsida, "Om Storytel", 2016, tillgänglig: <https://www.storytel.se/om-storytel>, (hämtad 2016-05-03); Angelica Fredriksson, innehållsansvarig på Storytel, telefonintervju 2016-04-15; Kalle Laxgård, "Storytel vill bli läst", *Svensk bokhandel*, 2013-09-26, tillgänglig: <http://www.svb.se/nyheter/storytel-vill-bli-last>, (hämtad 2016-04-04); Sara Djurberg, "Storytel fortsätter att öka", *Svensk bokhandel*, 2016, nr. 4, s. 14; AktieTorget, "Storytel: Storytel ökar till 200 000 betalande abonnenter", 2015-12-03, tillgänglig: <https://www.aktietorget.se/NewsItem.aspx?ID=7613>, (hämtad 2016-04-25).

⁵⁵ Anton Assarson, "Förlagens nya dilemma", *Svensk bokhandel*, 2015, nr. 16, s. 20; Fredriksson, telefonintervju 2016-04-15; Storytels hemsida, "Om bolaget", 2016, tillgänglig: <https://storytel.co>, (hämtad 2016-04-25).

⁵⁶ Mofibos hemsida, "Om oss", 2016, tillgänglig: <https://mofibo.com/se/sv/about/>, (hämtad 2016-03-24); Kalle Laxgård, "Storytel köper Mofibo", 2016-05-20, tillgänglig: <http://www.svb.se/nyheter/storytel-koper-mofibo>, (hämtad 2016-05-23).

Andra ljudbokstjänster

Strömmande boktjänster ses inte längre som en perifer del av bokbranschen utan snarare som ett område med stor potential för framtiden. Storytel har visat att tjänsten kan generera enorma intäkter, vilket har lockat fler företag att ge sig in i ljudboksbranschen.⁵⁷ Under de senare åren har Storytel fått konkurrens på ljudboksmarknaden från tjänster som Nextory, BookBeat och tidigare även Mofibo.

Nextory är en svensk prenumerationstjänst som grundades 2013. Tjänsten tillhandahåller både ljudböcker och e-böcker och säger sig ha ”störst utbud på marknaden”.⁵⁸ Precis som Storytel kan användaren abonnera på Nextory, med skillnaden att Nextory-användaren kan välja mellan tre olika nivåer: bas, standard och premium. BookBeat är Bonniers digitala boktjänst som startades hösten 2015. Också de tillhandahåller både ljudböcker och e-böcker.⁵⁹

Hur står sig Nextory och BookBeat gentemot Storytel? Information om användarantalet finns inte att tillgå men en indikation på deras popularitet kan fås genom att titta på deras Facebook-sidor. På Facebook är Storytel överlägset populärast, med sina drygt 32 400 följare jämfört med Nextorys cirka 3 700 och BookBeats 229 följare.⁶⁰ Försäljningsstatistiken för strömmade ljudböcker är höljd i ett dunkel; varken Storytel eller de andra strömningstjänsterna rapporterar in sin försäljning. Enligt Tove Leffler, chefredaktör och ansvarig utgivare för *Svensk bokhandel*, är dock Storytel än så länge den enda strömmande ljudbokstjänsten som kan påverka statistiken.⁶¹ Lasse Winkler, tidigare huvudredaktör på *Svensk bokhandel*, lyfter fram Storytels betydelse för den svenska ljudboksmarknaden när han jämför Storytel med den amerikanska jätten Amazon. Liksom Amazon drev fram e-boken i USA (och så småningom även andra länder) har Storytel drivit fram ljudboken och skapat en ljudboksmarknad i Sverige.⁶² Storytel har alltså inte monopol på den svenska ljudboksmarknaden. Det är dock en marknad som de både har skapat och dominerar.

⁵⁷ Assarson, ”Förlagens nya dilemma”, 2015, s. 20–26.

⁵⁸ Nextorys hemsida, ”Om Nextory AB”, 2016, tillgänglig: <https://www.nextory.se/om-nextory/>, (hämtad 2016-04-06).

⁵⁹ Nextorys hemsida, ”Om Nextory AB”, 2016; BookBeats hemsida, ”Om BookBeat”, 2016, tillgänglig: <https://www.bookbeat.com/se/om>, (hämtad 2016-04-06).

⁶⁰ Storytels Facebooksida, 2016, tillgänglig: <https://www.facebook.com/Storytel.se/?fref=ts>, (hämtad 2016-04-06); Nextorys Facebooksida, 2016, tillgänglig: <https://www.facebook.com/Nextory.se/?fref=ts>, (hämtad 2016-04-06); BookBeats Facebooksida, 2016, tillgänglig: <https://www.facebook.com/BookBeatSE/?fref=ts>, (hämtad 2016-04-06).

⁶¹ Tove Leffler, ”Vad lyssnar vi på egentligen?”, s. 30.

⁶² Lasse Winkler, ”Inget mindre än en revolution”, *Vi Läser*, 2016, nr. 1, s. 30.

Undersökning och analys

I föreliggande kapitel presenteras och analyseras undersökningens resultat. Materialets fyra delar kommer inte analyseras var för sig eftersom materialet är mångfacetterat och delarna i många fall överlappar varandra. Kapitlet är istället indelat i fyra teman som har framkommit under analysen av materialet: användare, genre, uppläsare och medialitet. Först undersöks Storytel-användaren utifrån faktorer som kön och ålder. Därefter redovisas och diskuteras vilka genrer som Storytel-användaren lyssnar på utifrån topplistorna och enkätsvaren. Sedan undersöks uppläsarens roll och funktion utifrån enkätsvaren och intervjun med Angelica Fredriksson. Slutligen följer en diskussion kring ljudbokens påverkan på litteraturens medialitet som grundas i enkätsvaren och Storytel-appen.

Användare

I denna del undersöks vem Storytel-användaren är. Enkätsvaren sätts i relation till den information som gavs under intervjun med Angelica Fredriksson, och jämförs därefter med statistik över ljudboksanvändare i Sverige men även internationell forskning. Faktorer som kön och ålder är i fokus under denna del av analysen.

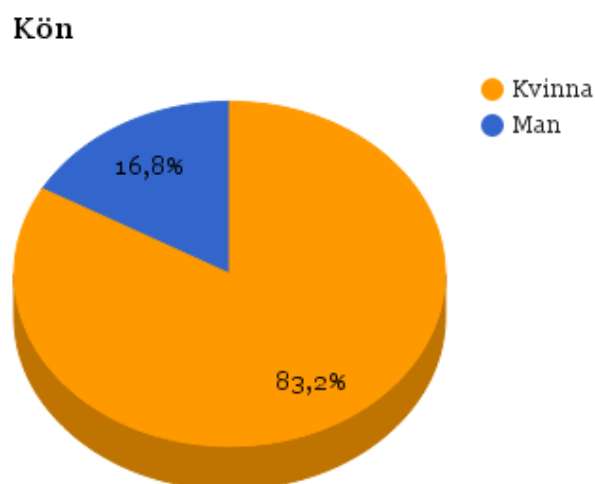
Storytel har funnits på marknaden i drygt ett decennium. Till en början var användarna främst teknikintresserade personer som tidigt laddade ned appar, det vill säga så kallade ”early adopters”.⁶³ I augusti 2013 dominerades Storytel av en annan typ av användare: kvinnor i medelåldern. Detta säger Storytels vd Jonas Tellander i en intervju med *Svensk bokhandel*. Enligt Tellander var 70 % av deras då 50 000 användare kvinnor i åldern 35–45. Ytterligare tre år har gått sedan dess och Storytel har fortsatt att växa; 2015 spräckte de 200 000-barriären.⁶⁴ Vilka är dessa användare som idag närmar sig en kvarts miljon till antalet?

Enligt intervjun med Fredriksson är deras målgrupp fortfarande kvinnor i medelåldern. Den typiske Storytel-användaren beskrivs som ”en kvinna i sina bästa år som älskar böcker”.⁶⁵ Detta överensstämmer med enkätresultatet där det går att utläsa att en stor majoritet av Storytel-användarna är kvinnor, vilket åskådliggörs i figur 1 nedan.

⁶³ Fredriksson, telefonintervju 2016-04-15.

⁶⁴ Tove Leffler, ”Klubben som växer”, *Svensk bokhandel*, 2013, nr. 13, s. 25; AktieTorget, ”Storytel ökar till 200 000 betalande abonnenter”, 2015.

⁶⁵ Fredriksson, telefonintervju 2016-04-15.



Figur 1: Enkättagarnas kön.

Kvinnornas dominans som Storytel-användare stämmer inte överens med bilden av den amerikanska ljudboksmarknaden. Enligt Audio Publishers Associations (hädanefter APA) årliga undersökningar av den amerikanska ljudboksmarknaden är ljudbokslyssnarna jämnt fördelade mellan könen.⁶⁶ Också ljudboksstatistik från Sverige visar att könsuppdelningen är relativt jämn. Männerna lyssnar något mer än kvinnorna inom alla ålderskategorier upp till 55 år, då kvinnorna tar över. Störst skillnad till männens fördel (6 procentenheter) är det mellan åldrarna 35–54, detta trots att Storytels målgrupp är kvinnor i dessa åldrar.⁶⁷

En förklaring till enkätens höga andel kvinnliga deltagare kan vara att enkäten inte nådde en grupp som är representativ för Storytel-användaren. Fredriksson på Storytel säger följande angående könsfördelningen: ”[V]ad vi kan se så lyssnar kvinnor i högre utsträckning på ljudböcker. Hur stor skillnad det egentligen är kan jag inte svara på i dagsläget.”⁶⁸ Både enkäten och intervjun pekar alltså på att kvinnor i högre grad än män lyssnar på Storytel. Detta stämmer även överens med vd Tellanders uttalande från 2013.⁶⁹

Vad kan den kvinnliga dominansen bland Storytels användare bero på? En tänkbar förklaring är att kvinnor hellre lyssnar på strömmade eller nedladdningsbara ljudböcker. APA:s och Statistiska centralbyråns (hädanefter SCB) undersökningar omfattar nämligen både fysiska och digitala ljudböcker. Enligt APA:s undersökning från 2011 var fysiska ljudböcker mest populära bland ljudbokslyssnarna i USA. Endast 14 % av undersökningens deltagare föredrog digitala

⁶⁶ Have och Stougaard Pedersen, 2015, s. 99.

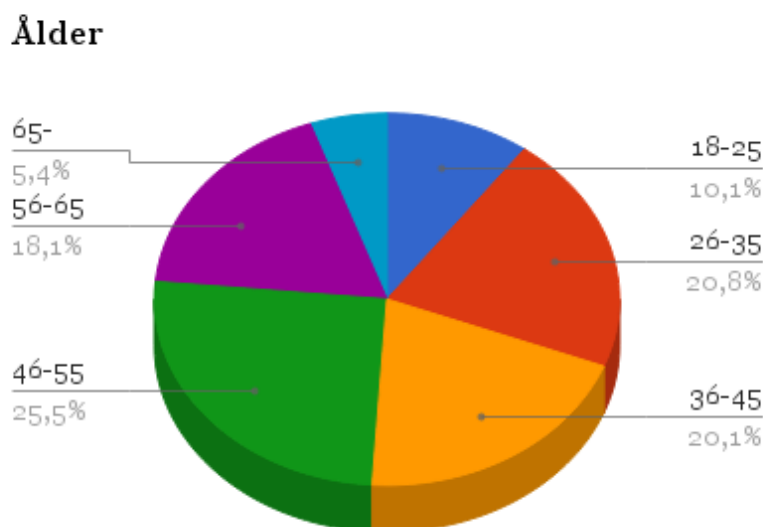
⁶⁷ Statistiska centralbyrån, ”Undersökningarna av levnadsförhållanden: Fritid – fler indikatorer 2014”, 2015, tillgänglig: <http://www.scb.se/le0101>, (hämtad 2016-04-26).

⁶⁸ Fredriksson, e-post 2016-05-06.

⁶⁹ Leffler, ”Klubben som växer”, 2013, s. 25.

lydböcker – siffror som Have och Stougaard Pedersen misstänker numera har förändrats till den digitala lydbokens fördel.⁷⁰ Med denna förändring är det möjligt att även könsfördelningen har skiftat. Denna tes kan dock inte bekräftas eller bestridas förrän lydboksformaten undersöks var för sig och samtliga strömmande lydbokstjänster tillgängliggör sin statistik.

Enkäten visar att Storytels användare är relativt jämnt fördelade på fyra ålderskategorier (se figur 2).



Figur 2: Enkättagarnas ålder.

Enligt enkäten lyssnar 46–55-åringarna mest på lydböcker, tätt följda av åldersgrupperna 26–35, 36–45 och 56–65. Enligt SCB:s statistik lyssnar samma åldersgrupper mest på lydböcker, dock i en annan ordning: 35–44-åringarna lyssnar mest.⁷¹ Både SCB:s statistik och enkätresultatet tyder ändå på att skillnaden mellan åldersgrupperna inte är särskilt stor. Fredrikssons uttalande om åldern på Storytels målgrupp – 35–55 år – stämmer alltså överens med både enkätresultatet och SCB:s statistik. Dock visar enkäten och SCB att även de yngre och äldre lyssnarna är flitiga lydboksllyssnare.

Det som går att utläsa från enkäten är att Storytel-lyssnarna är en bred grupp som inte går att samla under en ålderskategori. Enkätresultatet kan emellertid ha påverkats av att enkäten till stor del spreds på uppsatsförfattarnas personliga Facebook-konton och därmed till personer i samma

⁷⁰ Have och Stougaard Pedersen, 2015, s. 102.

⁷¹ Statistiska centralbyrån, ”Undersökningarna av levnadsförhållanden: Fritid – fler indikatorer 2014”, 2015.

åldersgrupp (26–35 år). Have och Stougaard Pedersen ser dock också de en ökning bland yngre lyssnare. Dessa lyssnare, som är i åldern 25–34 år, föredrar det digitala formatet framför fysiska format.⁷² Även andra undersökningar pekar på att läsandet av ljudböcker har ökat i de yngre åldrarna, till stor del på grund av teknikutvecklingen i form av mobiltelefoner och surfplattor. En av dessa undersökningar, som utfördes av United Minds på uppdrag av Telia från 2012, drar slutsatsen att litteraturens lättillgänglighet tack vare mobiltelefoner och surfplattor leder till ett större intresse för läsning bland unga.⁷³ De yngre användarna har vuxit upp med den nya tekniken och är därmed mer vana vid den. Därtill är de vana vid betalningssätt i form av abonnemang som Storytel använder sig av. Enligt *Svenskarna och Internet* lyssnar exempelvis 80 % i åldern 16–25 på abonnemangstjänsten Spotify varje vecka. Det är emellertid viktigt att ha i åtanke att samma teknik finns tillgänglig för och används av samtliga åldersgrupper; 77 % av befolkningen äger idag en smart telefon. Användningen sjunker visserligen efter 50-årsåldern, men enkäten tyder ändå på att även de äldre åldersgrupperna lyssnar på ljudböcker från Storytel.⁷⁴

När Fredriksson diskuterar Storytels framgång anger hon smarta telefoner och abonnemangstjänster som tänkbara förklaringar. Hon säger att fördelen med mobiltelefonernas utveckling är att ljudboken har kunnat tillgängliggöras på ett annat sätt. Dessutom har många alltid med sig mobiltelefonen – och därmed också ljudboken om de har Storytels app.⁷⁵ McLuhans uppfattning – att ett medium kan förändra samhället – aktualiseras här. Mobiltelefonen har inte bara förändrat samhället i stort utan även gemene mans levnadssätt, precis som Dahlgren påtalar i förordet till McLuhans bok.⁷⁶ Vidare menar Fredriksson att abonnemangstjänster dels är ett betalningssätt som folk har vant sig vid, och dels att användaren ”kan konsumera så mycket den vill för en viss summa. Om man går och köper en bok i bokhandeln så har man den och gillar man inte den så är man fast med den. Med abonnemangstjänst kan man lyssna en timme och gillar man den inte byter man bok. Det ger en större valfrihet”.⁷⁷ Den ekonomiska aspekten påtalar även en enkätdeltagare som gillar att lyssna på deckare eftersom hen inte vill lägga pengar på en deckare i tryckt format. Också detta nya sätt att tänka kring pengar och litteratur är en följd av den digitala utveckling som har skett. Precis som enkätdeltagaren ovan är inne på, menar Ann Steiner, forskare och lärare i förlags- och

⁷² Have och Stougaard Pedersen, 2015, s. 100–101.

⁷³ Telias hemsida, ”Ljudböcker ökar läsandet bland unga vuxna”, 2012-11-23, tillgänglig: <http://goo.se/Drb>, (hämtad 2016-04-25).

⁷⁴ Olle Findahl och Pamela Davidsson, *Svenskarna och Internet 2015*, Stockholm: Internetstiftelsen i Sverige, 2015, tillgänglig: https://www.iis.se/docs/Svenskarna_och_internet_2015.pdf, (hämtad 2016-05-18), s. 4, 63, 95.

⁷⁵ Fredriksson, telefonintervju 2016-04-15.

⁷⁶ McLuhan, 2001, s. 31, 10.

⁷⁷ Fredriksson, telefonintervju 2016-04-15.

bokmarknadskunskap, att en ny trend är att man inte vill betala för litteratur idag.⁷⁸ Abonnemangstjänster är därmed ett bra alternativ. Enligt Håkan Rudels, vd för Bonnierförlagen, ger denna månatliga betalning kunden en känsla av att boken är gratis.⁷⁹ Storytels framgångsrecept stammar alltså ur de samhälleliga förändringar som nya medier enligt McLuhan kan medföra.

Genre

Denna del inriktar sig på de genrer som är populära bland framför allt Storytel-användare. Utifrån Storytels och *Svensk bokhandels* topplistor diskuteras det kring varför vissa specifika genrer är mer populära än andra samt om det går att utläsa någon skillnad mellan topplistorna för ljudböcker och tryckta böcker.

Vad lyssnar Storytel-användaren på? Redan en snabb blick på Storytels topplistor visar att deckaren är den mest populära genren; åtta av nio topp tre-placeringar innehåser av deckare. Även ljudbokstopplistorna som helhet innehåller många deckare – under de tre undersökta åren sammanlagt 19 stycken. Resterande placeringar innehåser av romaner (6 st.), spänningsromaner (3 st.) samt erotisk litteratur (2 st.). Resultatet i enkäten tyder också på att Storytel-användaren helst lyssnar på deckare, vilket synliggörs i figur 3.



Figur 3: Enkättagarnas svar på frågan vilken eller vilka genrer de tycker om att lyssna på (flervalsfråga).

⁷⁸ Christian Robért, "Nya villkor för en bransch i förändring", ur Författarnyhetsbrevet, 2013, nr 3, tillgänglig: <https://www.studentlitteratur.se/#sida/vara-forfattare/47069>, (hämtad 2016-05-10).

⁷⁹ Laxgård och Djurgård, "Ljudboksboomen slår olika", 2016, s. 8–9.

Att deckaren fungerar bra som ljudbok visar även Have och Stougaard Pedersens undersökning. De använder emellertid en annan typ av genre-indelning då de åskådliggör lyssnarnas favoritgenrer. Deras indelning kan tyckas problematisk eftersom ”bestsellers” ses som en egen genre. Klart är dock att ”mystery/thriller/suspense” är populärast, en genregrupp som deckaren kan tänkas ingå i.⁸⁰

Deckaren är vanligast förekommande även på *Svensk bokhandels* topplistor, dock inte med samma dominans. Sammanlagt tolv deckare återfinns på de tre topplistorna. De andra genrerna på listorna är identiska med genrerna på Storytels topplistor: romaner (10 st.), spänningsromaner (4 st.) och erotisk litteratur (4 st.). Skillnaden mellan deckare och romaner är sålunda mindre på topplistan för tryckta, skönlitterära böcker. Under år 2015 låg det till och med fler romaner än deckare på *Svensk bokhandels* topplista (4 respektive 3), vilket kan jämföras med Storytels topplista för samma år, då antalet deckare uppgick till åtta och antalet romaner en. Både Storytels och *Svensk bokhandels* topplistor tyder ändå på att deckaren är en av de populäraste genrerna i Sverige. Att genren förekommer så ofta på topplistorna är ett tecken på att den enskilda deckartiteln har potential att bli en bästsäljare. När Steiner (2014) diskuterar bästsäljaren lyfter hon fram ett antal stil- och formaspekter som bästsäljaren ofta, men inte alltid, kännetecknas av. Steiner skriver: ”[I]t is possible to say that certain traits are common and these have to do with pace and suspense, cliffhangers, and serial narratives. In one sense, all of the hyperselling titles have suspense as a main component, not necessarily in the sense of a mystery or a thriller, but in anticipation of revelation and continuation.”⁸¹ Även om Steiner poängterar att det genremässigt inte behöver handla om en thriller eller liknande, är det ändå tydligt att deckaren besitter många av, eller alla, dessa egenskaper: tempo, spänning, ”cliffhangers” och serieberättande.

Topplistorna åskådliggör emellertid att deckargenren dominerar i högre grad på ljudbokstopplistorna. Vad finns det för förklaringar till att deckaren fungerar så bra just som ljudbok? Fredriksson på Storytel menar att ljudbokslyssnaren ofta gillar sådant som är lättsmält och inte för utsvävande eller krångligt, exempelvis deckare och feel good-romaner.⁸² Denna typ av förklaring återfinns även i enkätsvaren, då vanligen med en negativ värdering av deckargenren. En enkätdeltagare skriver: ”Dåligt skrivna böcker kan bli mycket bättre med en bra inläsare. Speciellt deckare kan vara ganska usla.” En annan deltagare vill inte lägga pengar på deckarboken och tycker därför att den lämpar sig bra att lyssna på. En tredje deltagare tycker att

⁸⁰ Have och Stougaard Pedersen, 2015, s. 105.

⁸¹ Ann Steiner, ”Serendipity, promotion, and literature – The contemporary book trade and international megasellers”, i: Helgason, Jon, Kärholm, Sara och Steiner, Ann (red.): *Hype: bestsellers and literary culture*, Lund: Nordic Academic Press, 2014, s. 48.

⁸² Fredriksson, telefonintervju 2016-04-15.

deckare fungerar bra som ljudbok eftersom det inte gör något om man missar lite, exempelvis om man skulle råka somna. Denna enkättagare verkar tycka att den tidsdimension som ingår i Elleströms spatiotemporala modalitet inte är lika viktig för deckaren som för en bok i annan genre. Precis som en person som tittar på ett fotografi kan blunda utan att missa något, menar deltagaren att hen kan somna utan att missa särskilt mycket.⁸³

Andra enkättagare lyfter fram ljudbokens positiva påverkan på deckaren. En menar att deckare med många detaljer och miljöbeskrivningar fungerar bra som ljudbok. En annan deltagare skriver: ”Deckare upplever jag mer spänning i, då de blir en blandning av film och läsning.” Att deckaren jämförs med filmen är ingen ny företeelse. Sara Kärrholm (2014), lärare och forskare vid kulturvetenskapliga institutionen i Lund, skriver i kapitlet ”Nordic noir – Brittiska och amerikanska läsningar av nordisk kultur” att kriminalfiktionen har många beröringspunkter med filmmediet. De lånar stildrag från varandra och använder sig gärna av ”stämningsskapande effekter, som skildringen av en dunkel stadsmiljö med mycket skuggor och regn”.⁸⁴ Jämförelsen med film tyder dessutom på att ljudboken skapar de inre bilder som Elleström diskuterar i anslutning till den sensoriska modaliteten. När Stougaard Pedersen och Have applicerar denna modalitet på ljudboken fokuserar de mest på att ljudbokslyssningen kan aktivera andra sinnen beroende på vad som händer i omgivningen, men enkättagarens citat indikerar att en person som lyssnar på en ljudbok, på samma sätt som en som läser en tryckt bok, skapar inre bilder.⁸⁵ Detta diskuteras vidare i kapitlet om medialitet. En sista förklaring till deckarens popularitet som ljudbok är uppläsarens roll. Enligt flera enkättagare kan uppläsaren skapa spänning och lyfta en bok. Detta utvecklas vidare i kapitlet om uppläsaren.

Efter deckaren är romanen mest populär enligt enkäten – skillnaden dem emellan är knappt sju procentenheter. Deckaren dominerar med andra ord stort på topplistor, men enligt enkäten är genrerna relativt jämna i popularitet. En förklaring till detta kan vara att de som tycker om deckargenren ofta lyssnar på samma deckartitlar medan de som gillar romangenren lyssnar på ett större antal olika romantitlar, vilket gör att deckartiteln hamnar på Storytels topplista medan romantitlarna inte gör det. Den enskilda deckartiteln blir helt enkelt en bästsäljare.

Andra genrer som sticker ut i enkäten är spänningsromanen och biografien. Eftersom facklitteratur inte inkluderas i *Svensk bokhandels* topplistor uteblir biografigenren, men den har en betydande popularitet bland lyssnarna sett till enkätens resultat. I topplistor återfinns istället

⁸³ Elleström (red.), 2010, s. 18–19.

⁸⁴ Sara Kärrholm, ”Nordic Noir – Brittiska och amerikanska läsningar av nordisk litteratur”, i: Hermansson, Kristina, Lenemark, Christian och Pettersson, Cecilia (red.): *Liv, lust och litteratur: festskrift till Lisbeth Larsson*, Göteborg: Makadam, 2014, s. 194.

⁸⁵ Elleström (red.), 2010, s. 18; Stougaard Pedersen och Have, 2012, s. 87.

erotisk litteratur. Att säga att den erotiska genren därmed är populär som ljudbok vore att dra förhastade slutsatser; genren förekommer nämligen endast på topplistan för 2013, visserligen med två titlar. Båda titlarna kommer dock från *Fifty Shades of Grey*-serien, en serie som ligger trea på listan över bäst säljande litteratur internationellt mellan åren 2004–2013.⁸⁶ I detta fall tycks snarare verket i sig än genren vara anledningen till att den erotiska genren återfinns på ljudbokstopplistan. Intressant är dock att *Fifty Shades*-serien förekommer fyra gånger på *Svensk bokhandels* topplistor: tre gånger på topplistan för 2013 och en gång 2015. Trots att Storytels pressmeddelande från 2013 poängterar ett genombrott för ”tantsnusket” och trots att erotisk litteratur av många anses passa bra som just ljudbok, tyder topplistorna på att erotisk litteratur är populärare i tryckt format.⁸⁷ De skäl som ges till att erotisk litteratur skulle fungera bra som ljudbok – exempelvis att lyssnaren inte behöver visa upp vad hen lyssnar på och att lyssnaren kan bli ”seduced by a voice” – bekräftas inte av topplistorna.⁸⁸ Inte heller bland enkättagarna är den erotiska litteraturen särskilt populär. Enligt enkäten lyssnar endast fem av de 149 deltagarna på erotisk litteratur. En deltagare berättar att hen började lyssna på *Fifty Shades of Grey* men tröttnade och lånade den tryckta boken istället.

Finns det genrer som inte fungerar bra som ljudbok? Fredriksson menar att alla genrer kan bli ljudböcker och resonerar också kring att målgruppen kan breddas genom att böcker kan ingå i flera genrekategorier. Även enkäten tyder på att alla genrer har någon lyssnare. Fredriksson är dock inne på att allt för komplicerade böcker kanske fungerar lite sämre som ljudbok, men lyfter samtidigt fram det faktum att Storytel har en del faktaböcker.⁸⁹ Just faktaböcker tycks vara den genre som enkättagarna också reagerar på; 32 deltagare skriver uttryckligen att faktaböcker fungerar bättre som tryckt bok. Bland anledningarna nämns att man behöver bläddra tillbaka ibland, att faktaböcker är mer krävande och att man därför behöver se faktauppgifter med ögonen, att man vill anteckna det man läser, men även att faktaböcker ofta har bilder, illustrationer, grafer och fotnoter som är viktiga att ta del av. Att ljudbokens materiella modalitet – mediets inneboende fysiska gränssnitt – består av ljudvågor är med andra ord anledningen till att faktaboken enligt många enkättagare fungerar sämre som ljudbok.⁹⁰ Ljudbokens materiella medialitet medför nämligen att det inte går att se grafer och illustrationer samt att det är svårt att bläddra tillbaka.

⁸⁶ Steiner, 2014, s. 44.

⁸⁷ Mynewsdesk, ”Världens första strömmande ljudbokstjänst, svenskgrundade Storytel, expanderar nu till Holland och Danmark”, 2013.

⁸⁸ Elaine Sciolino, ”Aural Sex” *The New York Times*, 2015-11-20, tillgänglig: <http://goo.se/Kub>, (hämtad 2016-05-12).

⁸⁹ Fredriksson, telefonintervju 2016-04-15.

⁹⁰ Stougaard Pedersen och Have, 2012, s. 87.

Vissa enkättagare, sex stycken, menar dock motsatsen – att faktaböcker fungerar bättre som ljudbok än som tryckt bok. En skriver: ”Vissa faktaböcker blir bättre när de är inlästa eftersom du får höra hur orden ska uttalas och inte hakar upp dig vid svåra ord på samma sätt som du kan göra när du läser den i tryckt form. Samtidigt kan det också bli lättare att förstå sammanhanget om boken läses upp, vilket gör att du slipper läsa om svåra delar av boken.” I detta fall är den materiella modaliteten – ljudvågorna – anledningen till att faktaboken fungerar bra; lyssnaren får höra hur ord ska uttalas och fastnar inte på svåra ord. En annan deltagare tycker att det är lättare att ta till sig innehållet under exempelvis handarbete eller en promenad. Deltagaren utvecklar inte varför detta underlättar att lyssna på faktaböcker, men en tänkbar anledning är att det hjälper deltagaren att aktivera andra sinnen som är oberoende av lyssningssituationen.⁹¹ Aktiveringen av andra sinnen tycks för vissa lyssnare gynna koncentrationen och absorberingen av information, vilket diskuteras vidare i kapitlet om medialitet.

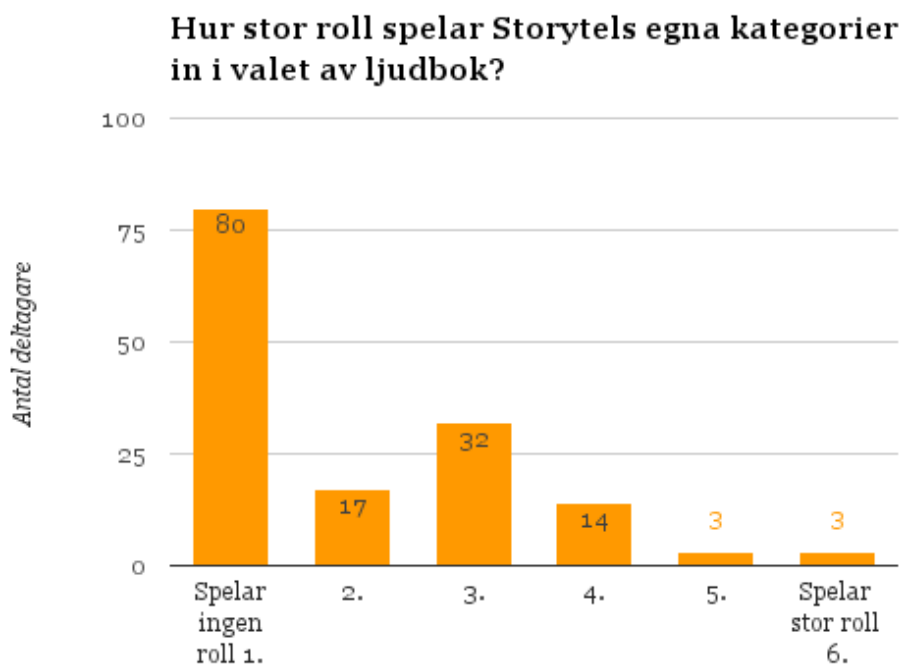
Oavsett om enkättagarna föredrar deckaren eller faktaboken som tryckt bok eller ljudbok, går deras tankar att koppla till McLuhan. McLuhan menar att mediet är budskapet. Mediet är alltså det viktiga, det som ska studeras, inte innehållet. Trots att innehållet i en specifik bok är detsamma tycks enkättagarna mena att den tryckta boken och ljudboken tillför olika saker till boken. Eller för att uttrycka det enligt McLuhan: de olika medierna har specifika villkor som möjliggör vissa sorters upplevelser men utesluter andra.⁹² Det är alltså dessa upplevelser av ljudboken som flera av enkättagarna redogör för. En enkättagare säger att ljudboken på ett positivt sätt gör deckaren mer filmisk, medan en annan menar att faktaboken inte fungerar bra som ljudbok eftersom det är besvärligt att bläddra tillbaka.

Hur presenteras och tillgängliggörs de olika genrerna i Storytels app? Är det lätt för en användare som är intresserad av exempelvis deckare att botanisera bland Storytels deckartitlar? I Storytels app finns en huvudmeny där användaren kan klicka sig vidare in på olika sidor (se bilaga 5, bild 1). En av dessa sidor kallas ”Kategorier”. Här återfinns Storytels genrer, allt från deckare till lyrik. Väljer användaren att trycka på en av dessa genrer, exempelvis deckare, framkommer en sida med olika listor och kategorier. På denna sida kan användaren se närmare på exempelvis deckar-topplistan eller kategorier som ”Mysdeckare” och ”Matmord” (se bilaga 5, bild 2). Dessutom kan användaren klicka på ”Visa alla titlar”, varpå alla deckartitlar listas. I huvudmenyn finns även en sida som kallas ”Boktips”. Där återfinns bland annat nyheter, kommande böcker och topplistor över svenska respektive engelska titlar. Denna sida liknar ovan beskrivna deckarsida, men omfattar alla genrer (se bilaga 5, bild 3). Också här påträffas sålunda

⁹¹ Stougaard Pedersen och Have, 2012, s. 87.

⁹² McLuhan, 2001, s. 10.

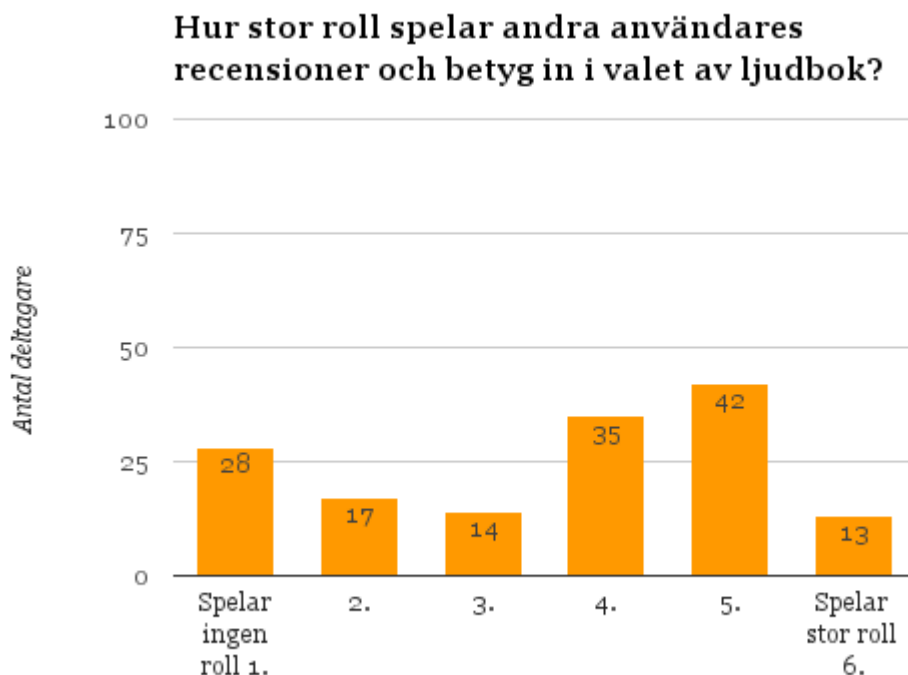
smalare kategorier i likhet med ”Matmord”, med skillnaden att de här kan innefatta flera genrer, exempelvis ”Böcker du ljuger om att ha läst”. Dessa kategorier kan liknas vid den klassificering som finns på många internetbokhandlar. På Amazon kan kunden bland annat gå in på kategorier som ”kultförfattare”. Enligt Steiner (2015) behövs dessa kategorier och subgenrer för att hjälpa bökköparen att hitta rätt bok i den enorma bokflod som finns tillgänglig.⁹³ Fredriksson på Storytel är av samma åsikt: ”Vi försöker guida och hjälpa dem att hitta rätt i ljudboksdjungeln.” Detta görs genom att hitta gemensamma nämnare i olika typer av böcker. Vidare menar Fredriksson att dessa subgenrer också är ett sätt att hjälpa användaren att våga testa något nytt.⁹⁴ Enkäten visar emellertid att användarna inte tycker att kategorierna spelar särskilt stor roll vid valet av ljudbok (se figur 4). Betyg och recensioner från andra lyssnare är däremot viktigare vid valet av ljudbok (se figur 5).



Figur 4: Hur stor roll Storytels egna kategorier spelar vid valet av ljudbok enligt enkätdeltagarna.

⁹³ Ann Steiner, ”Klassiker, fantasy och sanna berättelser – marknadens genrebeteckningar”, i: Hedman, Dag och Määttä, Jerry (red.): *Brott, kärlek, främmande världar: Texter om populärlitteratur*, Lund: Studentlitteratur, 2015, s. 9.

⁹⁴ Fredriksson, telefonintervju 2016-04-15.



Figur 5: Hur stor roll andra användares recensioner och betyg spelar vid valet av ljudbok enligt enkättagarna.

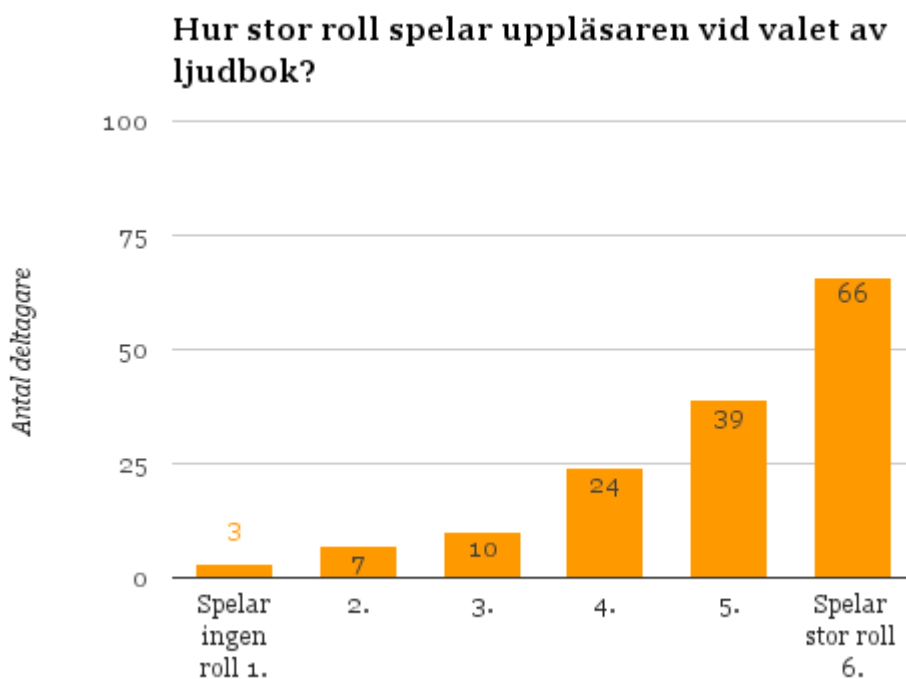
Tabellerna synliggör att mer än hälften av enkättagarna menar att kategorierna inte spelar någon roll alls, medan betyg och recensioner har större betydelse. För att läsa dessa recensioner behöver användaren gå in på en specifik titel i appen. Därmed aktualiseras frågan: Hur kommer användaren in på denna titel? Detta går inte att besvara utifrån enkätresultatet men om Storytels egna kategorier inte spelar någon roll vid valet av titel, går det att spekulera i om användaren kanske redan vet vad den vill lyssna på – eller snarare vem den vill lyssna på. Allra viktigast vid valet av bok enligt enkättagarna är nämligen uppläsaren och författaren, vilket diskuteras i nästkommande kapitel. Dessa hittas lättast genom Storytel-appens sökfunktion som också den ligger i huvudmenyn. Användaren kan således nå rätt titel utan att komma i kontakt med Storytels kategorier.

Uppläsare

Denna tredje del kommer att behandla uppläsarens roll och funktion. Analysen grundar sig i enkätsvaren, topplistorna och den information som gavs av Angelica Fredriksson under intervjun. Resultatet kommer att diskuteras med hjälp av bland annat Elleströms modaliteter samt Have och Stougaard Pedersens tidigare undersökning av ljudboksllyssnaren.

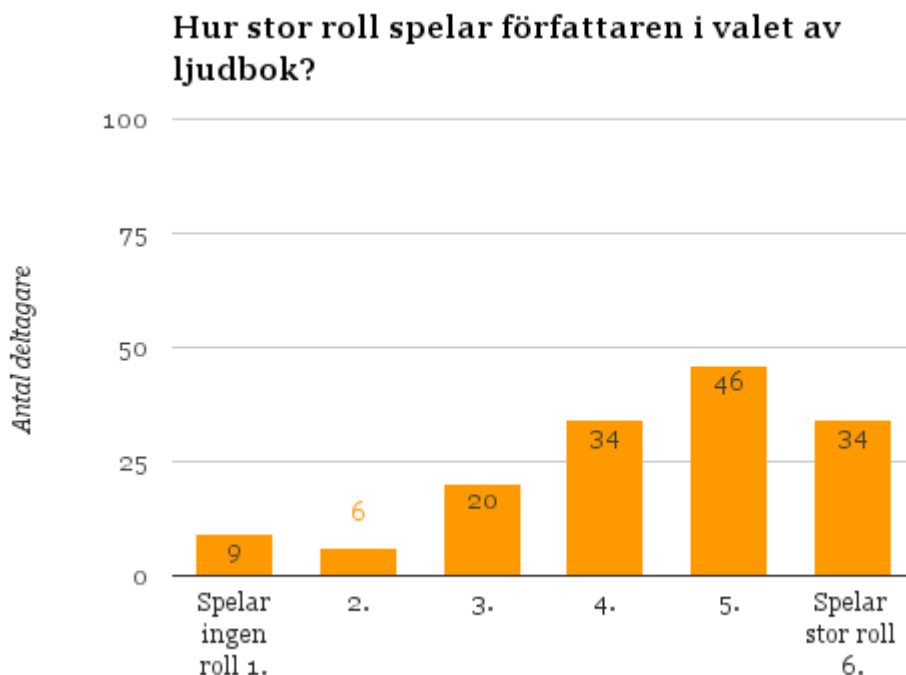
På frågan ”Finns det typer av böcker som passar bättre som ljudbok?” svarar en deltagare: ”Det beror inte så mycket på typ av bok, som på att en bra uppläsare kan lyfta upplevelsen otroligt mycket.” Detta är ett tankesätt som återkommer bland enkättagarna; sammanlagt 30 deltagare nämner uppläsaren som svar på ovanstående fråga. Några enkättagare utvecklar även vad som enligt dem kännetecknar en bra uppläsare. Bland dessa svar kan två färdigheter urskiljas: dramatisering och röstförställande (exempelvis dialekter). I Have och Stougaard Pedersens undersökning, där fem ljudbokslyssnare intervjuas, ges de större möjlighet att resonera kring vad som kännetecknar en bra uppläsare. De intervjuade anger, förutom dramatisering och röstförställande, att uppläsaren bör tala tydligt, hålla ett bra tempo, vara konsekvent med karaktärerna och uttala namn och ord korrekt.⁹⁵

I enkäten fick deltagarna även gradera olika faktorer som skulle kunna spela roll vid valet av ljudbok. Resultatet visar att uppläsaren är allra viktigast, till och med viktigare än författaren (se figur 6 och 7).



Figur 6: Hur stor roll uppläsaren spelar vid valet av ljudbok enligt enkättagarna.

⁹⁵ Have och Stougaard Pedersen, 2015, s. 114.



Figur 7: Hur stor roll författaren spelar vid valet av ljudbok enligt enkättagarna.

Fredriksson diskuterar också uppläsarens betydelse och är inne på en liknande tanke: ”Uppläsaren är nästan viktigare än själva boken.” I Have och Stougaard Pedersens intervjuer hålls uppläsaren också högt, dock inte högre än boken eller författaren.⁹⁶ Deras undersökning baseras dock endast på fem intervjuer, medan den enkät som används i denna uppsats nådde ut till 149 personer och kan därmed anses vara mer representativ för dagens ljudbokslyssnare. Att enkättagarna tycker att uppläsaren är viktigare än författaren, betyder inte att författaren är oviktig. Det tyder snarare på att uppläsaren är avgörande för den fortsatta lyssningen. Om uppläsaren inte är bra har ljudbokslyssnaren möjlighet att läsa boken i tryckt format istället, precis som enkättagaren som lyssnade på *Fifty Shades of Grey* gjorde. Detta verkar även gälla när rollerna är ombytta: en enkättagare menar att uppläsaren kan få hen att lyssna på ”dåligt skrivna böcker”. Medierna existerar med andra ord sida vid sida, och läsarna har inga problem med att byta medium till det som lämpar sig bäst.

Vidare menar Fredriksson att lyssnaren ofta får sina favoriter bland uppläsarna. ”Gillar man Ewerlöf så kanske man söker på de böcker hon läser upp”, säger hon i intervjun.⁹⁷ Detta synliggörs även i enkäten där fem deltagare ger specifika exempel på enligt dem duktiga uppläsare. På topplistora delar elva uppläsare på de 30 topplisteplaceringarna. Flest placeringar

⁹⁶ Have och Stougaard Pedersen, 2015, s. 112, 114.

⁹⁷ Fredriksson, telefonintervju 2016-04-15.

har Stefan Sauk (7), Katarina Ewerlöf (6) och Jonas Malmsjö (5), vilket aktualiserar frågan om det är uppläsaren eller boken som gör att titeln hamnar på topplistan. I en artikel från *Svensk bokhandel* uttalar sig förlagen om vilka faktorer som spelar roll vid valet av uppläsare. Många nämner bokens innehåll och den känsla som ska förmedlas som avgörande, medan några förlagsrepresentanter för fram uppläsarens popularitet och rutin. Det finns även en ekonomisk aspekt som representanten från StorySide tar upp: ”[O]m boken kan tänkas bli en bästsäljare så [har vi] råd med ett känt namn.”⁹⁸ Att Stefan Sauk läser in *Det som inte dödar oss* kan därför å ena sidan bidra till fler lyssningar. Å andra sidan visar valet av Stefan Sauk som uppläsare att Norstedts var säkra på bokens framgång och därmed kunde satsa på en mer påkostad uppläsare.

Fyra av enkättagarna uppmärksammar författaren som uppläsare. En deltagare som tycker om när författarna själva läser, skriver att hen särskilt gillar Arne Dahls *Europa Blues*. Hen fortsätter: ”Han läser boken själv, så man får ta del av hur han vill att hans karaktärer ska låta.” Angående författarinläsningar skriver Jan Holmberg (2009), lektor i kulturvetenskap: ”Kanske kan vi se [dem] som en sorts oefterhärmlig signatur, en kausal förbindelse mellan det vi lyssnar på och den upphovsperson som, bokstavligen, lägger ut texten. Till skillnad alltså från texten själv [...] som frikopplat från sin upphovsperson irrar omkring utan mål och mening.”⁹⁹ Författarinläsningen gör texten och upphovspersonen sammankopplade och precis som enkättagaren konstaterar får man ”ta del av hur h[e]n vill att h[e]ns karaktärer ska låta”.

En annan enkättagare tycker om när författarna läser sina egna biografier. Denna tanke utvecklas inte närmare, men en förklaring kan hittas i Holmbergs resonemang om romaner med självbiografiska inslag. Holmberg konstaterar: ”När skådespelaren säger ’jag’ så ljuger han väl i princip visserligen varken mer eller mindre än när författaren gör det; poängen här är att skådespelaren aldrig kan göra anspråk på att vara vare sig textens upphovsperson eller berättelsens protagonist, trots att han alltså hävdar det.”¹⁰⁰ Skådespelaren kan inte göra dessa anspråk, även om hen läser ”jag”, men författaren kan det eftersom hen är textens upphovsperson. I en biografi blir författaren både textens upphovsperson och berättelsens protagonist. När författaren läser ”jag” menar hen verkligen ”jag”. Den äkthet detta medför kan vara en förklaring till varför enkättagaren nämner biografier, men också till varför 64 av 149 enkättagare anger biografien som en genre de tycker om att lyssna på.

⁹⁸ Lasse Winkler, ”Vem som helst kan inte läsa in en ljudbok”, *Svensk bokhandel*, 2009-04-15, tillgänglig: <http://www.svb.se/nyheter/vem-som-helst-kan-inte-lasa-en-ljudbok>, (hämtad 2016-05-14).

⁹⁹ Jan Holmberg, ”Med slutna ögon. Anteckningar om ljudboken”, i: Forslid, Torbjörn och Ohlsson, Anders (red.): *Litteraturens offentligheter*, Lund: Studentlitteratur, 2009, s. 91.

¹⁰⁰ Holmberg, 2009, s. 93.

I intervjun konstaterar Fredriksson att mycket ansvar ligger hos uppläsaren eftersom denne både kan lyfta boken och göra den sämre.¹⁰¹ Majoriteten av de som nämner uppläsaren i enkäten uttrycker positiva erfarenheter men tio enkätdeltagare fastslår också att uppläsaren kan påverka boken negativt. En deltagare skriver exempelvis att ”[v]issa uppläsare förstör ljudboken och då avslutar jag ljudboken och läser istället”. Några deltagare utvecklar vilka faktorer som försämrar en ljudboksuppläsning; anledningar som övertolkning, fel tempo, fel röster, fel sätt att berätta och fel betoning framkommer.

När Stougaard Pedersen och Have applicerar Elleströms spatiotemporala modalitet på ljudboken nämns just faktorer som tempo, intonation, betoningar och röstkvaliteter. Stougaard Pedersen och Have skriver att uppläsaren genom sina val tolkar texten och formar framförandet av den, vilket gör ljudboksupplevelsen livfull och frusen på samma gång. Texten kan bli mer livfull genom uppläsarens inlevelse, men frusen eftersom uppläsaren – och inte ljudbokslyssnaren – bestämmer över läsandet.¹⁰² Uppläsarens framförande av boken är dessutom betydelsefullt gällande ljudbokens semiotiska modalitet, det vill säga under användarens tolkningsprocess. Denna kritik – att uppläsaren stör läsarens bemötande av texten – möts ofta ljudboken av, men Rubery menar att uppläsaren likväl kan lyfta en text och bemötandet av den, exempelvis genom att läsa med dialekt.¹⁰³ Stougaard Pedersen och Have poängterar dessutom att användaren fortfarande har en viktig roll själv i tolkningsprocessen.¹⁰⁴

Medialitet

I denna del diskuteras ljudbokens påverkan på litteraturens medialitet utifrån enkätsvaren och Storytel-appen. En jämförelse med den tryckta boken blir nödvändig, dels eftersom ljudboken i grunden är inspelat tal av ett tryckt verk, och dels eftersom enkätdeltagarna jämför de båda medierna.

Med litteraturens medialitet avses ”mediets fundamentala betydelse för synen på och förståelsen av litteratur av olika slag”, det vill säga hur det enskilda mediet påverkar synen på litteraturen och upplevelsen av den.¹⁰⁵ Som ovan nämnt är ljudboken och den tryckta boken besläktade. Att ett nytt medium är besläktat med ett gammalt är inget ovanligt fenomen utan tycks snarare vara en regel. McLuhan är av åsikten att ett medium alltid består av ett annat

¹⁰¹ Fredriksson, telefonintervju 2016-04-15.

¹⁰² Stougaard Pedersen och Have, 2012, s. 87.

¹⁰³ Rubery (red.), 2011, s. 11.

¹⁰⁴ Stougaard Pedersen och Have, 2012, s. 87.

¹⁰⁵ Torbjörn Forslid och Anders Ohlsson, ”Inledning”, i: Forslid, Torbjörn och Ohlsson, Anders (red.): *Litteraturens offentligheter*, Lund: Studentlitteratur, 2009, s. 10.

medium.¹⁰⁶ Medieforskarna Jay David Bolter och Richard Grusin (1999) problematiserar McLuhans uttalande och menar istället att ett medium som förekommer i ett annat medium, exempelvis ett textstycke på en målning, är en remediering. En annan typ av remediering som de redogör för är när ett innehåll, exempelvis ett tryckt verk, presenteras i ett nytt medium, förslagsvis en ljudbok. Principen bakom remedieringen är att ett nytt medium inte kan uppstå fritt från andra medier, vilket gör att det finns spår av det gamla mediet i det nya. När ett nytt medium introduceras, görs det med hänvisning till det äldre. De äldsta tryckpressarna lånade exempelvis bokstavsformen och formgivningen från handskriften samt utformade den tryckta boken som ”the manuscript only better”. Dessutom använde de samma material (papper) och samma bindningsteknik.¹⁰⁷ Ett modernare exempel på detta är e-boken som på många sätt liknar den tryckta boken, bland annat i blädderfunktionen; när användaren drar med fingret över sidan på vissa läsplattor, vänds sidan som om det vore en tryckt bok.¹⁰⁸

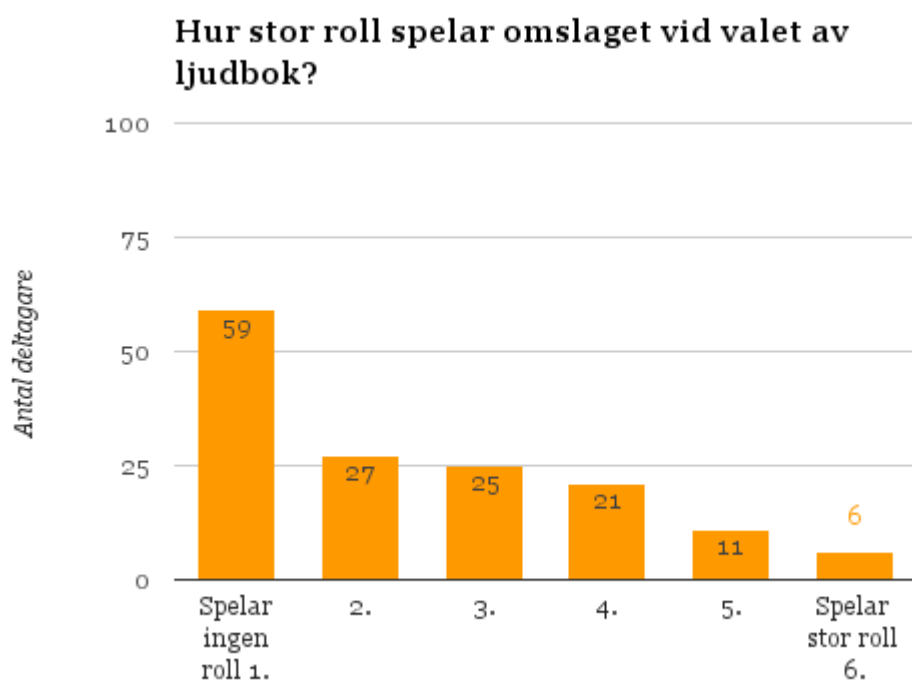
Ljudbokens släktskap med den tryckta boken gör att de olika medierna liknar varandra på flera sätt, samtidigt som många skillnader givetvis förekommer. Genom att analysera ljudboken i appen samt hur användarna ser på ljudboken i förhållande till den tryckta boken, blir det möjligt att åskådliggöra litteraturens medialitet när ett verk förpackas som ljudbok. Att det finns spår av den tryckta boken i ljudboken blir synligt redan i Storytels app. Varje bok har ett omslag. Omslaget är ofta identiskt med den tryckta bokens, med skillnaden att det i många fall är beskuret i en kvadratisk form. På omslaget framgår bokens titel, författare och (ljudboks-)förlag, men till skillnad från den tryckta bokens omslag ibland även uppläsaren (se bilaga 5, bild 4). Författaren och litteraturforskaren Cat Yampbell (2005) skriver gällande den tryckta bokens omslag: ”[M]any industry people argue that the cover is the foremost aspect of the book. Regardless of the quality of the literature, its cover often determines a book's success.”¹⁰⁹ Yampbell tillskriver således omslaget en betydelse som överstiger bokens litterära kvaliteter. Enkättagarna tycks dock mena att omslaget är relativt oviktigt vid valet av ljudbok; drygt 39 % anser att det inte spelar någon roll alls. Om användaren klickar på en bokikon framkommer även en text om boken, ofta identisk med den tryckta bokens baksidestext. Majoriteten av enkättagarna anser att denna text, precis som vid en tryckt bok, är viktig vid valet av titel, men för enkättagarna är texten till och med viktigare än omslaget, vilket åskådliggörs i figur 8 och 9.

¹⁰⁶ McLuhan, 2001, s. 19.

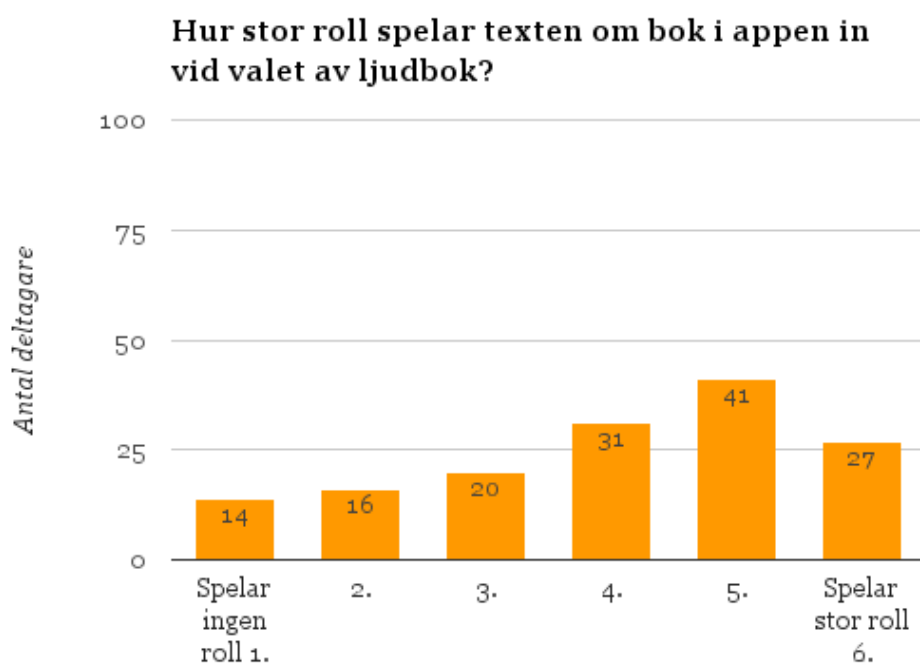
¹⁰⁷ Jay David Bolter och Richard Grusin, *Remediation: understanding new media*, Cambridge, Mass.: MIT Press, 1999, s. 15, 44–45, 68–69.

¹⁰⁸ ”En bok är en bok är en bok? – en fördjupningsstudie av e-böckerna i dag”, Stockholm: Riksdagstryckeriet, 2013, s. 9, tillgänglig: <http://goo.se/0vb>, (hämtad 2016-05-13).

¹⁰⁹ Cat Yampbell, ”Judging a Book by Its Cover: Publishing Trends in Young Adult Literature”, *The Lion And The Unicorn*, 3, 2005, s. 348.



Figur 8: Hur stor roll omslaget spelar vid valet av ljudbok enligt enkättagarna.



Figur 9: Hur stor roll texten om boken i appen spelar vid valet av titel enligt enkättagarna.

Detta kan förklaras med ljudbokens immaterialitet – ljudboken är inte en fysisk bok. Den går därmed inte att visa upp på samma sätt som den tryckta boken och därför spelar omslaget mindre roll. En annan förklaring kan vara att bokomslagets funktion har förändrats. Detta resonerar Andreas Carlsson, Creative Director på Nansen, kring i ett blogginlägg om bokomslag. Carlsson skriver: ”Bokens digitala omslag är [...] en startsida, en illustration, en ikon och en tumnagelbild som ska skilja ut boken bland andra.”¹¹⁰ Ytterligare en förklaring handlar om ägande. Storytel-användaren äger inte den ljudbok hen väljer att lyssna på. Användaren betalar för tjänsten, inte för den enskilda ljudboken, och sålunda blir ”köpbeslutet” och i förlängningen aspekter som ska attrahera köparen inte lika viktiga. En av dessa aspekter som ändå är betydelsefull är texten om boken, vilket kan bero på att användaren fortfarande har ett behov av att få information om bokens innehåll.

När Storytel-användaren har valt bok, kan boken placeras i användarens bokhylla, en aktivitet som är kopplad till den tryckta boken. Samma funktion återfinns bland e-böcker, som ofta förvaras i en digital bokhylla i läsplattan.¹¹¹ En trend som finns bland användare idag är att de synliggör sina digitala bokhyllor på sociala medier såsom Facebook och Goodreads, enligt Jeanette Löfgren på Bonnierförlagen. Hon menar att ”[d]en identitetsmarkerande funktionen som fysiska böcker kan ha när de står i en bokhylla lever [...] vidare i annan form också när det gäller digital utgivning”.¹¹² Användaren kan därmed visa upp sin läsning trots ljudbokens immaterialitet. Genom Storytels app finns dessutom en funktion som ger möjlighet att enkelt dela vidare titeln via meddelande, mejl eller Twitter. Vidare kan användaren ”ge bort boken till en vän” och därmed skicka ett personligt boktips per mejl.

Ovanstående diskussion berör de olika delar av appen som är tätt sammanbundna med den enskilda titeln. De är en del av litteraturens medialitet – synen på och förståelsen av litteratur i ett specifikt medium – eftersom de påverkar lyssnarens förväntningar och mottagande av verket.¹¹³ Den tryckta boken har liknande faktorer, exempelvis omslag och baksidestext, som spelar in vid mottagandet av verket. Litteraturens medialitet handlar givetvis inte bara om omslag och baksidestext utan även om innehållet. Innehållet är emellertid i princip samma i en tryckt bok och en ljudbok; det som förändras är upplevelsen.¹¹⁴ En betydande skillnad som påverkar upplevelsen

¹¹⁰ Andreas Carlsson, Type & Tells blogg, ”Bokomslag nu och då”, tillgänglig: <http://blog.typeandtell.se/omslag-nuochda/>, (hämtad 2015-05-14).

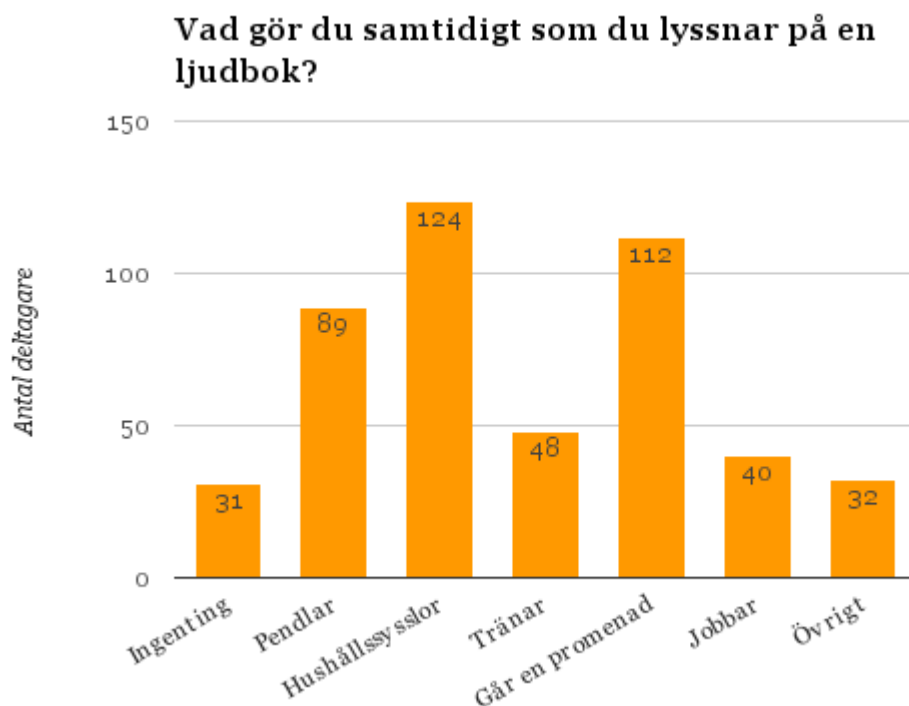
¹¹¹ Alexandra Borg, ”Läsning i den digitala tidsåldern”, utdrag ur: *Läsning. Riksbankens Jubileumsfonds årsbok 2013/2014*, Björkman, Jenny och Fjæstad, Björn (red.), Göteborg: Makadam förlag, 2013, s. 167, tillgänglig: <http://goo.se/zvb>, (hämtad 2016-05-14).

¹¹² Wikberg, 2016, s. 37.

¹¹³ Forslid och Ohlsson, 2009, s. 10.

¹¹⁴ Stougaard Pedersen och Have, 2012, s. 88.

av verket är att ljudboken möjliggör mångsysslande i högre grad än den tryckta boken. Enkäten visar mycket riktigt att Storytel-användaren helst sysslar med andra saker samtidigt som hen lyssnar (se figur 10).



Figur 10: Vad enkätdeltagarna gör samtidigt som de lyssnar på en ljudbok (flervalsfråga).

Allra helst ägnar sig lyssnaren åt hushållssysslor som städning och matlagning, men även promenad och pendling är populärt. Tidigare forskning har framför allt fokuserat på pendlaren. Have och Stougaard Pedersen menar att den främsta anledningen att välja ljudböcker framför tryckta böcker är att det finns möjlighet att lyssna i bilen. När de vidare diskuterar framtida potentiella ljudbokslyssnare anger de personer med monotona jobb samt personer som tränar.¹¹⁵ Enkätundersökningen åskådliggör visserligen att drygt 30 % av deltagarna tränar samtidigt som de lyssnar och att knappt 27 % jobbar, men andelen som ägnar sig åt hushållssysslor är 83 %. Enkätdeltagarna ombads inte utveckla varför de olika aktiviteterna passade ljudboken bra, men det går trots allt att spekulera kring detta. Have och Stougaard Pedersen menar att personer som lyssnar på ljudböcker under arbetstid ”can improve their job satisfaction by focusing their cognitive attention on a narrative while doing monotonous or uninteresting work”.¹¹⁶ Detta kan appliceras på hushållssysslor; att utföra hushållssysslor kan nämligen också vara ”monotont och ointressant”. Med en ljudbok i öronen kan en sådan situation upplevas mer positiv eftersom

¹¹⁵ Have och Stougaard Pedersen, 2015, s. 101, 117–118.

¹¹⁶ Have och Stougaard Pedersen, 2015, s. 117.

personens fokus kan ligga på berättelsen istället för hushållssysslan. Ljudboken kan med andra ord tillföra värde till en monoton sysselsättning.

Kategorin "Övrigt" i enkäten omfattar svar som "handarbetar" och "försöker sova". Att exempelvis både lyssna på ljudbok och sticka sätter flera sinnen och flera handlingar i spel samtidigt. Lyssnaren hör ljudboken men tittar samtidigt på sin stickning och rör händerna i särskilda rörelser. Det är detta Elleström samt Stougaard Pedersen och Have benämner som den sensoriska modaliteten. Enligt Rubery gör möjligheten till mångsysslande att ljudboken ofta utsätts för kritik. När ljudbokslyssning kombineras med exempelvis jogging eller bilkörande blir lyssningen den sekundära aktiviteten. Kritiken ligger framför allt i att öronen hör något, medan ögonen ser något annat. Sinnena är åtskilda, till skillnad från när någon läser en bok. Upplevelsen av verket kan med andra ord störas av den andra aktiviteten och ljudboken kritiseras därmed för att inte kräva lika mycket koncentration som den tryckta boken.¹¹⁷

Tankar likt dessa återfinns i enkätsvaren. En deltagare skriver: "Lättsamma böcker tycker jag passar sig bättre som ljudbok eftersom en har olika koncentration om en läser i en bok eller lyssnar på när någon annan läser." En annan menar att "[b]öcker som är lättare att hänga med i handlingen [fungerar bättre som ljudbok], eftersom jag ofta kombinerar ljudboksläsandet med annat och inte är lika koncentrerad som när jag läser tryckta böcker. Dessutom är det inte lika enkelt att gå tillbaka i texten när man lyssnar på ljudbok". Detta tillägg – att det inte är lika enkelt att gå tillbaka i texten under en ljudbok – är det fler som kopplar samman med koncentrationen. En deltagare läser exempelvis helst klassiker i tryckt format eftersom språket ofta är gammalmodigt och kräver mer koncentration. "Vid lyssning tycker jag att man lättare tappar koncentrationen samt så är det svårare att 'hoppa tillbaka'", skriver denna deltagare.

Ruberys svar på kritiken är att koncentrationen också kan störas vid läsning av tryckta böcker. Vidare skriver Rubery: "[T]he serious listener is likely to create an acoustic environment set apart from distraction. Sociologist Michael Bull uses the term 'cocoon' to describe the use of headphones to cordon off the listener from the outside world."¹¹⁸ Att lyssningen kan utestänga verkligheten poängteras även av en enkätdeltagare som menar att hen läser vilka genrer som helst i tryckt format om hen "behöver ha ett öra löst, med ljudbok blir man svårkontaktad". När McLuhan diskuterar radion, ett medium vars materiella modalitet också är ljudvågor, återfinns en liknande tanke: Radion engagerar och fångslar på ett sätt som den tryckta boken inte gör.¹¹⁹

¹¹⁷ Rubery (red.), 2011, s. 11, 15.

¹¹⁸ Rubery (red.), 2011, s. 11.

¹¹⁹ McLuhan, 2001, s. 342.

Några av enkättagarna verkar tycka att mångsysslandet hjälper, särskilt vid tyngre böcker. En deltagare gillar att lyssna på tyngre böcker eftersom de ibland blir ”lättare av att man kan göra något annat medan man lyssnar på dem”. Ytterligare en enkättagare skriver angående tunga faktaböcker: ”Jag läser gärna fakta som underhållning, men ibland blir det lite mastigt att läsa själv, då är det trevligt att absorbera all denna fakta genom öronen samtidigt som man sticker eller pusslar eller tar en promenad.” Deltagarna utvecklar inte sina tankar mer än så, men mångsysslandet tycks inte störa deras koncentration utan verkar snarare vara en hjälp för dem.

Rubery menar, med hänvisning till teknikskeptikern Birkerts, att mångsysslandet medför en dubbelhet i att se en sak men höra en annan, vilket kan skapa en spänning mellan den virtuella världen och den visuella. Detta är inget som nämns av enkättagarna, men en av ljudbokslyssarna som Have och Stougaard Pedersen intervjuar resonerar kring detta. Han berättar om när han körde runt i en förort utan att hitta rätt samtidigt som han lyssnade på Dantes *Inferno*: ”I was cursing and swearing, which suddenly became similar to a circle of hell in the book [...]. [I]t was really a picture of Dante’s *Inferno*.”¹²⁰ Dubbelheten kan därmed också skapa en spänning när den virtuella och den visuella världen sammanfaller.

Flera av de aktiviteter som nämns i figur 10 ovan är sådana som inte går att kombinera med läsning av tryckta böcker. Genom möjligheten till mångsysslande under ljudbokslyssningen kan användaren få in läsning i sin vardag. Att finna tid till läsning är en av de utmaningar som läsare ställs inför idag, och därmed i förlängningen även förlag, bibliotek och andra aktörer på bokmarknaden som är beroende av att folk läser. Enligt enkäten kan man utrona att ljudböcker kan vara ett av svaren på denna utmaning. Angående vilka typer av böcker som är bättre som ljudböcker skriver en deltagare: ”Böcker man vill läsa men inte hinner.” För en annan deltagare tycks det ligga en värdering i vilken typ av böcker hen vill lägga tid på. Deltagaren skriver: ”Jag tycker personligen att chick-lit är trevligt att lyssna på då det är lättare och en litteratur jag inte riktigt alltid vill lägga tid på att läsa rent fysiskt. Då är ’lyssningen’ ett bra alternativ.” Andra deltagare lyfter specifikt fram möjligheten att göra andra saker samtidigt som en anledning till varför en viss typ av bok fungerar bättre som ljudbok: ”Feel good-romaner som man kan koppla av till samtidigt som jag tex handarbetar”, skriver en deltagare. En annan skriver: ”Klassiker ibland, med långdragna partier där man samtidigt kan göra annat under tiden.”

Enligt enkättagarna finns det ytterligare skillnader mellan ljudboken och den tryckta boken som påverkar upplevelsen av innehållet. Angående vilken typ av bok som fungerar bättre som tryckt bok skriver en enkättagare: ”Känslösamma böcker. T.ex Fredrik Backmans böcker

¹²⁰ Have och Stougaard Pedersen, 2015, s. 109.

skulle jag själv, förmodligen, aldrig lyssna på, för hans böcker är sådana där jag vill se orden. Klassiker är detsamma. Jag vill se orden för att få ut rätt känsla ur boken.” Ytterligare fyra deltagare diskuterar vikten av att se texten. Här handlar det inte, som i faktabokens fall, om illustrationer, grafer och fotnoter, utan om den faktiska texten – den materiella modaliteten.¹²¹ Elleströms sensoriska modalitet, det vill säga hur användaren tar till sig den materiella modaliteten genom olika sinnen och handlingar, är i den tryckta bokens fall mer komplex än att läsaren ser de skrivna bokstäverna. Detta tycks även ovan citerad enkättagare vara inne på. Hen kopplar ihop det visuella, alltså att se de tryckta orden, med att få ut en viss känsla ur boken. Ingen annan enkättagare diskuterar känslan i relation till ljudboken, men i Have och Stougaard Pedersens undersökning säger en av de intervjuade: ”I do not cry when I listen to audiobooks, but I certainly do when I read printed books.”¹²² Här finns det säkerligen många ljudbokslyssnare som skulle hävda motsatsen – att ljudboken kan bidra med en särskild känsla och att man kan gråta när man lyssnar på den. Poängen med dessa uttalanden är snarare det som Elleström resonerar kring; läsning involverar inte bara att se skrivna bokstäver utan även inre bilder, den inre hörseln (ordens ljud), läsarens tidigare erfarenheter samt – vilket kan skönjas i enkätsvaren – läsarens känslor.¹²³

De inre bilder som enligt Elleström frambringas vid läsning diskuteras av flera enkättagare. En av dem skriver: ”De flesta skönlitterära böcker gillar jag bättre som tryckt bok, eftersom det känns som att jag lättare kan sjunka in i berättelsen och se den framför mig bättre om jag läser den själv.” Denna enkättagare är alltså av åsikten att den tryckta boken gör det lättare att se berättelsen framför sig – se inre bilder. Ytterligare två diskuterar den tryckta bokens förmåga att frambringe inre bilder vid läsningen. Två enkättagare menar dock att ljudboken skapar tydligare inre bilder. En jämför ljudboksupplevelsen med en film som spelas upp i huvudet medan en annan kort och gott skriver: ”Jag skapar bättre inre bilder med ljudbok.” Några läsare verkar således se fördelar med bilderna den tryckta boken skapar, medan andra tycker att ljudboken lämpar sig bättre till detta ändamål. Vilket medium man som läsare föredrar är med andra ord individuellt. Däremot är det tydligt att båda medierna besitter förmågan att frambringe de inre bilder som Elleström diskuterar.

I enkäten ombads inte deltagarna att direkt jämföra och värdera den tryckta boken och ljudboken. Istället ställdes frågan huruvida det finns typer av böcker som passar bättre som ljudbok respektive tryckt bok, för att på så sätt uppmuntra deltagarna till att resonera kring hur de

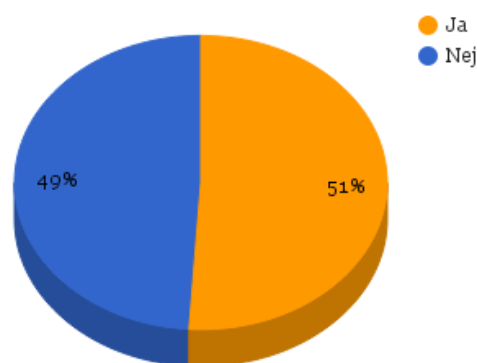
¹²¹ Elleström (red.), 2010, s. 17.

¹²² Have och Stougaard Pedersen, 2015, s. 111.

¹²³ Elleström (red.), 2010, s. 18.

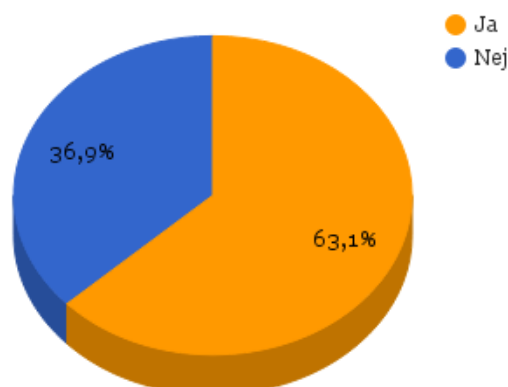
olika medierna påverkar innehållet, utan att direkt jämföra medierna. Bland dessa svar återfinns ändå ett antal enkätdeltagare som direkt jämför medierna och drar slutsatsen att den ena av dem alltid är den andre överlägsen. Sex enkätdeltagare skriver att alla eller de allra flesta böcker passar bäst i tryckt form. De efterföljande motiveringarna berör ofta läsarens egen makt: ”Blir ens eget språk i huvudet och i lagom takt” och ”[D]et känns som att jag lättare kan sjunka in i berättelsen och se den framför mig bättre om jag läser den själv”. Tre deltagare tycker tvärtom, att ljudboken alltid är bättre än den tryckta boken. Deras motiveringar behandlar uppläsaren eller den filmlika upplevelsen: ”Alla blir bättre med uppläsare, det ger en extra dimension” och ”[D]et blir en filmisk upplevelse, man lär sig spela upp boken i huvudet”. Det är alltså fler som explicit uttrycker att den tryckta boken är bättre än ljudboken. Att den tryckta boken generellt värderas något högre än ljudboken bland enkätdeltagarna går även att se i nedanstående figurer.

Finns det typer av böcker som passar bättre som ljudbok?



Figur 11: Enkätdeltagarnas svar på om det finns typer av böcker som passar bättre som ljudbok.

Finns det typer av böcker som passar bättre som tryckt bok?



Figur 12: Enkätdeltagarnas svar på om det finns typer av böcker som passar bättre som tryckt bok.

Drygt hälften av deltagarna tycker att det finns typer av böcker som är bättre som ljudbok. 63 % tycker att det finns böcker som är bättre som tryckt bok. Det är visserligen endast en skillnad på 12 procentenheter men den tryckta boken tycks alljämt värderas något högre. Att det nya och det gamla mediet konkurrerar och jämförs är enligt Holmberg (2009) ingen ovanlig företeelse. Holmberg menar att det sker två saker när ett nytt medium introduceras på marknaden: dels omprövas det gamla mediets status, exempelvis genom att dess död proklameras, och dels försvaras det. Den tryckta bokens död proklamerades mycket riktigt vid ljudbokens genombrott, men har numera mattats av.¹²⁴ Idag verkar det snarare som att den tryckta och den digitala kulturen kommer att existera sida vid sida. Trots alla nya medier, teknologier och format som har förändrat var, när och hur människor läser litteratur, är den tryckta boken ”fortfarande det mest använda och gångbara mediet för litteratur”.¹²⁵ Det är troligtvis snarare detta, och inte en rädsla för den tryckta bokens död, som enkättagarna syftar till när de värderar den tryckta boken något högre än ljudboken.

Avslutning

Denna uppsats har undersökt Storytels användare samt ljudbokslyssning utifrån fyra olika typer av material: topplistor för ljud- respektive tryckta böcker, en enkätundersökning med Storytel-användare, en intervju med Angelica Fredriksson på Storytel samt Storytels app. Detta fyrdelade material har mynnat ut i fyra teman – användare, genre, uppläsare och medialitet – som diskuterades och analyserades utifrån McLuhans, Elleströms samt Have och Stougaard Pedersens teorier såväl som relevant sekundärlitteratur.

Resultatet i denna uppsats är att den vanligast förekommande Storytel-användaren är en kvinna i åldern 35–55 år. Enkäten visar dock även att lyssningen är utspridd över flera olika åldersgrupper och att skillnaden dem emellan ofta bara är några procentenheter. Resultatet stämmer inte överens med tidigare forskning som istället menar att ljudbokslyssnarna är jämnt fördelade över könen, möjligtvis med en liten manlig dominans. I tidigare forskning undersöks dock både strömmade och fysiska ljudböcker. En förklaring kan därmed vara att kvinnor föredrar strömmade ljudböcker. Det går emellertid inte att dra några slutsatser förrän formaten undersöks var för sig och de strömmade ljudbokstjänsterna tillgängliggör sin statistik.

¹²⁴ Jan Holmberg, ”Medialitet”, i: Forslid, Torbjörn och Ohlsson, Anders: *Litteraturens offentligheter*, Lund: Studentlitteratur, 2009, s. 34.

¹²⁵ Ann Steiner, ”Läsarnas marknad, marknadens läsare: Reflektioner över litteraturens materiella villkor”, i: Carlsson, Ulla och Johannisson, Jenny (red.): *Läsarnas marknad, marknadens läsare – en forskningsantologi*, SOU2012:10, s. 32, tillgänglig: <http://gooo.se/ovb>, (hämtad 2016-05-14).

Enligt vad som framkommit i denna uppsats lyssnar Storytel-användaren helst på deckare. Deckargenren är även populär i tryckt format, men topplistorna tyder på att deckarens dominans är större i ljudboksformatet. Att deckaren fungerar så bra som ljudbok har flera förklaringar. Vissa enkättagare lägger in en negativ värdering när de skriver att dåligt skrivna böcker, exempelvis deckare, passar bra som ljudbok. Andra menar att ljudboken blir som en blandning mellan film och bok. Även uppläsarens roll lyfts fram som en förklaring.

På ljudbokstopplistorna dominerar deckaren men enligt enkäten tycker Storytel-användarna även om att lyssna på romaner; skillnaden dem emellan är väldigt liten. Deckarens dominans på topplistorna förefaller bero på att de som lyssnar på deckare väljer samma deckartitlar, medan det finns en större spridning bland vilka romantitlar Storytel-användaren lyssnar på. Enkättagarna resonerar även kring vilka genrer som inte fungerar som ljudbok. Även om majoriteten nämner faktaboken finns det några som menar att den tvärtom lämpar sig mycket bra som ljudbok.

Många enkättagare poängterar dessutom att genre inte spelar någon roll – det är uppläsaren som avgör om en bok fungerar som ljudbok eller inte. En bra uppläsare kan lyfta en bok, medan en dålig kan fälla boken. Enligt enkäten är uppläsaren till och med viktigare än författaren. Dramatisering och röstförställande anges som faktorer som kännetecknar en bra uppläsare men för att gå djupare in i uppläsarens roll krävs vidare forskning. En kvalitativ undersökning med ljudbokslyssnare hade kunnat ge fördjupade kunskaper, liksom en undersökning från förlagens synvinkel: vilka faktorer som spelar roll vid valet av uppläsare och hur uppläsaren påverkar ljudbokens framgång. En fråga som har uppstått under arbetets gång är huruvida en populär uppläsare som Sauk ger deckarljudboken en topplisteplacering, eller om Sauk hamnar på topplistan sju gånger för att böckerna i sig är bästsäljare. Troligtvis är svaret att båda samverkar men även här krävs vidare forskning.

Under arbetet med uppsatsen blev det tydligt att en jämförelse mellan ljudboken och den tryckta boken var svår undvika. Detta beror på att det enligt remedieringens principer finns spår av det gamla mediet i det nya, vilket i ljudbokens fall är synligt redan i appen. Innehållet däremot förändras i princip inte i remedieringen, men upplevelsen av boken blir annorlunda. En skillnad mellan den tryckta boken och ljudboken är att den senare ger större möjlighet till mångsysslande. Helst utför enkättagarna hushållssysslor i kombination med ljudbokslyssning, vilket kan bero på att ljudboken tillför något positivt till en monoton aktivitet. Vidare förefaller ljudboken, precis som den tryckta boken, kunna skapa inre bilder. Spänningen mellan att höra en sak och se en annan (eller uppleva något liknande) är också en egenskap som ljudboken besitter.

I enkäten ombads inte deltagarna göra en direkt jämförelse mellan den tryckta boken och ljudboken. Ändå tyder enkätsvaren på att den tryckta boken värderas något högre. Att det nya

mediet konkurrerar och jämförs med det gamla är naturligt, eftersom de är nära besläktade. Enligt Bolter och Grusin börjar det nya mediet så småningom utvecklas på egen hand, bort från det gamla mediet.¹²⁶ Denna utveckling går att se hos Storytel idag. De har börjat producera ”en ny form av litteratur” under namnet Storytel Original. Böckerna beskrivs som ”serier där varje episod ska ha en cliffhanger eller på annat sätt bindas ihop med nästa avsnitt” och kan liknas vid Netflix egenproducerade serier. Först och främst ges de ut som ljudböcker på Storytel, men kommer eventuellt även ut i tryckt format. Därför ska språket i dessa serier skrivas för att talas, inte för att ses i skrift.¹²⁷ Det finns inte utrymme att diskutera detta vidare i denna uppsats, men det är en spännande utveckling på ljudboksmarknaden som kan undersökas mer i framtiden.

Avslutningsvis kan sägas att uppsatsens resultat tyder på en förändrad verklighet där ljudbokslyssningen har flyttats till en ny målgrupp (kvinnor i medelåldern) samtidigt som användarna sträcker sig över ett brett åldersspann. Uppläsarens roll betonas av många tidigare undersökningar men resultatet i denna uppsats stärker uppläsarens betydelse ytterligare. Ljudboken och den tryckta boken existerar sida vid sida och ljudbokslyssnaren har inga problem med att byta till det tryckta formatet om uppläsaren har en negativ inverkan på boken. Denna syn på boken, som ett innehåll som kan tillgängliggöras i olika format, går att skönja också hos många förlag, som inte längre delar upp försäljningssiffrorna i de olika formaten, utan ser till den enskilda titelns sammanlagda försäljning. Tidigare forskning tyder även på att ljudbokslyssning fungerar som ett komplement till andra aktiviteter, men pendling är enligt denna uppsats inte längre den vanligaste aktiviteten. Istället framkommer att hushållssysslor i kombination med ljudbokslyssning är allra vanligast. Ljudboken kan tillföra ett värde till monotona sysselsättningar och med dagens teknik kan lyssnaren jogga med Jane Eyre, diska med Don Quijote och rasta hunden med Raskolnikov.

¹²⁶ Bolter och Grusin, 1999, s. 69.

¹²⁷ Lars Schmidt, ”Storytel planerar originalutgivning”, *Svensk bokhandel*, 2016, nr. 2, s. 12; AktieTorget, ”Storytel: Bokslutskommuniké 2015”, 2016-02-26, tillgänglig: <https://www.aktietorget.se/NewsItem.aspx?ID=77101>, (hämtad 2016-05-19).

Källförteckning

Tryckt material

- Assarson, Anton, "Förlagens nya dilemma", *Svensk bokhandel*, 2015, nr. 16.
- Bolter, Jay David och Grusin, Richard, *Remediation: understanding new media*, Cambridge, Mass.: MIT Press, 1999.
- Colbjørnsen, Terje, "The accidental avant-garde: Audiobook technologies and publishing strategies from cassette tapes to online streaming services", *Northern Lights*, 2015, vol. 13, nr. 1.
- Dalen, Monica, *Intervju som metod*, 2., [utök.] uppl., Gleerups utbildning, Malmö, 2015.
- Djurberg, Sara, "Storytel fortsätter att öka", *Svensk bokhandel*, 2016, nr. 4.
- Eliasson, Annika, *Kvantitativ metod från början*, 3., [uppdaterade] uppl., Lund: Studentlitteratur, 2013.
- Elleström, Lars (red.), *Media borders, multimodality and intermediality*, Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2010.
- Forslid, Torbjörn och Ohlsson, Anders, "Inledning", i: Forslid, Torbjörn och Ohlsson, Anders (red.): *Litteraturens offentligheter*, Lund: Studentlitteratur, 2009.
- Have, Iben och Stougaard Pedersen, Birgitte, "Conceptualising the audiobook experience", *Soundeffects*, 2012, vol. 2, nr. 2, även tillgänglig: <http://www.soundeffects.dk/article/view/6967/6639> (hämtad 2015-04-08).
- Have, Iben och Stougaard Pedersen, Birgitte, *Digital Audiobooks : New Media, Users, and Experiences*, Hoboken: Taylor and Francis, 2015.
- Holmberg, Jan, "Medialitet", i: Forslid, Torbjörn och Ohlsson, Anders (red.): *Litteraturens offentligheter*, Lund: Studentlitteratur, 2009.
- Holmberg, Jan, "Med slutna ögon. Anteckningar om ljudboken", i: Forslid, Torbjörn och Ohlsson, Anders (red.): *Litteraturens offentligheter*, Lund: Studentlitteratur, 2009.
- Kärrholm, Sara, "Nordic Noir – Brittiska och amerikanska läsningar av nordisk litteratur", i: Hermansson, Kristina, Lenemark, Christian och Pettersson, Cecilia (red.): *Liv, lust och litteratur: festskrift till Lisbeth Larsson*, Göteborg: Makadam, 2014.
- Laxgård, Kalle och Djurgård, Sara, "Ljudboksboomen slår olika", *Svensk bokhandel*, 2016, nr. 3.
- Leffler, Tove, "En bild av Sverige", *Svensk bokhandel*, 2016, nr 1.
- Leffler, Tove, "Klubben som växer", *Svensk bokhandel*, 2013, nr. 13.
- Leffler, Tove, "Vad lyssnar vi på egentligen?", *Svensk bokhandel*, 2016, nr. 3.
- McLuhan, Marshall, *Media*, [ny utg.], Skarpnäck: Pocky/Tranan, 2001.
- Pickers, John M., *Victorian Soundscapes*, Oxford: Oxford University Press, 2003.
- Rubery, Matthew (red.), *Audiobooks, literature, and sound studies*, New York: Routledge, 2011.

- Schmidt, Lars, ”Storytel expanderar”, *Svensk bokhandel*, 2016, nr. 8.
- Schmidt, Lars, ”Storytel planerar originalutgivning”, *Svensk bokhandel*, 2016, nr. 2.
- Steiner, Ann, *Litteraturen i mediasamhället*, 3., [uppdaterade, rev. och utök.] uppl., Lund: Studentlitteratur, 2015.
- Steiner, Ann, ”Klassiker, fantasy och sanna berättelser – marknadens genrebeteckningar”, i: Hedman, Dag och Määttä, Jerry: *Brott, kärlek, främmande världar: Texter om populärlitteratur*, Lund: Studentlitteratur, 2015.
- Steiner, Ann, ”Serendipity, promotion, and literature – The contemporary book trade and international megasellers”, i: Helgason, Jon, Kärrholm, Sara och Steiner, Ann (red.): *Hype: bestsellers and literary culture*, Lund: Nordic Academic Press, 2014.
- Sveningsson, Malin, Lövheim, Mia och Bergquist, Magnus, *Att fånga nätet: kvalitativa metoder för Internetforskning*, Lund: Studentlitteratur, 2003.
- Trost, Jan, *Enkätboken*, 2., [uppdaterade och utök.] uppl., Lund: Studentlitteratur, 2001.
- Whitten, R., ”Growth of the audio publishing industry”, *Publishing Research Quarterly*, 2002, vol. 18, nr. 3.
- Wikberg, Erik, *Boken 2016 – marknaden, trender och analyser*, Stockholm: Svenska Bokhandlareföreningens Service AB och Svenska Förläggare AB, 2016.
- Winkler, Lasse, ”Inget mindre än en revolution”, *Vi Läser*, 2016, nr. 1.
- Yampbell, Cat, ”Judging a Book by Its Cover: Publishing Trends in Young Adult Literature”, *The Lion And The Unicorn*, 3., uppl., 2005.

Otryckt material

Internetkällor:

- AktieTorget, ”Storytel: Bokslutskommuniké 2015”, 2016-02-26, tillgänglig: <https://www.aktietorget.se/NewsItem.aspx?ID=77101>, (hämtad 2016-05-19).
- AktieTorget, ”Storytel ökar till 200 000 betalande abonnenter”, 2015-12-03, tillgänglig: <https://www.aktietorget.se/NewsItem.aspx?ID=76132>, (hämtad 2016-04-26).
- BookBeats Facebooksida, 2016, tillgänglig: <https://www.facebook.com/BookBeatSE/?fref=ts>, (hämtad 2016-04-06).
- BookBeats hemsida, ”Om BookBeat”, 2016, tillgänglig: <https://www.bookbeat.com/se/om>, (hämtad 2016-04-06).
- Borg, Alexandra, ”Läsning i den digitala tidsåldern”, utdrag ur: *Läsning. Riksbankens Jubileumsfonds årsbok 2013/2014*, Björkman, Jenny och Fjæstad, Björn (red.), Göteborg: Makadam förlag, 2013, s. 167, tillgänglig: <http://goo.se/zvb>, (hämtad 2016-05-14).
- Carlsson, Andreas, Type & Tells blogg, ”Bokomslag nu och då”, tillgänglig: <http://blog.typeandtell.se/omslag-nuochda/>, (hämtad 2015-05-14).
- ”En bok är en bok är en bok? – en fördjupningsstudie av e-böckerna i dag”, Stockholm: Riksdagstryckeriet, 2013, tillgänglig: <http://goo.se/0vb>, (hämtad 2016-05-13).

Facebook, gruppen "Ljudböckernas bokcirkel", tillgänglig: <http://goo.se/Fub>, (hämtad 2016-04-05).

Facebook, gruppen "Vi som älskar att läsa böcker!", tillgänglig: <http://goo.se/Eub>, (hämtad 2016-04-05).

Findahl, Olle och Davidsson, Pamela, *Svenskarna och Internet 2015*, Stockholm: Internetstiftelsen i Sverige, 2015, tillgänglig: https://www.iis.se/docs/Svenskarna_och_internet_2015.pdf (hämtad 2016-05-18).

Laxgård, Kalle, "Storytel köper Mofibo", 2016-05-20, tillgänglig: <http://www.svb.se/nyheter/storytel-koper-mofibo>, (hämtad 2016-05-23).

Laxgård, Kalle, "Storytel vill bli läst", *Svensk bokhandel*, 2013-09-26, tillgänglig: <http://www.svb.se/nyheter/storytel-vill-bli-last>, (hämtad 2016-04-04).

Mofibos hemsida, "Om oss", 2016, tillgänglig: <https://mofibo.com/se/sv/about/>, (hämtad 2016-03-24).

Mynewsdesk, "Genombrott för tantsnusket! Storytel presenterar årets bästsäljande ljudböcker – Sune populärare än Pippi", 2013-12-30, tillgänglig: <http://goo.se/9rb>, (hämtad 2016-03-24).

Mynewsdesk, "Världens första strömmande ljudbokstjänst, svenskgrundade Storytel, expanderar nu till Holland och Danmark", 2013-05-14, tillgänglig: <http://goo.se/Arb>, (hämtad 2016-04-20).

Nextorys Facebooksida, 2016, tillgänglig: <https://www.facebook.com/Nextory.se/?fref=ts>, (hämtad 2016-04-06).

Nextorys hemsida, "Om Nextory AB", 2016, tillgänglig: <https://www.nextory.se/om-nextory/>, (hämtad 2016-04-06).

Robért, Christian, "Nya villkor för en bransch i förändring", ur Författarnyhetsbrevet, 2013, nr 3, tillgänglig: <https://www.studentlitteratur.se/#sida/vara-forfattare/47069>, (hämtad 2016-05-10).

Sciolino, Elaine, "Aural Sex" *The New York Times*, 2015-11-20, tillgänglig: <http://goo.se/Kub>, (hämtad 2016-05-12).

Statistiska centralbyrån, "Undersökningarna av levnadsförhållanden: Fritid – fler indikatorer 2014", 2015, tillgänglig: <http://www.scb.se/le0101>, (hämtad 2016-04-26).

Steiner, Ann, "Läsarnas marknad, marknadens läsare: Reflektioner över litteraturens materiella villkor", i: Carlsson, Ulla och Johannisson, Jenny (red.): *Läsarnas marknad, marknadens läsare – en forskningsantologi*, SOU2012:10, tillgänglig: <http://goo.se/ovb>, (hämtad 2016-05-14).

Storytels Facebooksida, 2016, tillgänglig: <https://www.facebook.com/Storytel.se/?fref=ts>, (hämtad 2016-04-06).

Storytels hemsida, "Om bolaget", 2016, tillgänglig: <https://storytel.co>, (hämtad 2016-04-25).

Storytels hemsida, "Om Storytel", 2016, tillgänglig: <https://www.storytel.se/om-storytel>, (hämtad 2016-05-03).

Telias hemsida, ”Ljudböcker ökar läsandet bland unga vuxna”, 2012-11-23, tillgänglig: <http://gooo.se/Drb>, (hämtad 2016-04-25).

Winkler, Lasse, ”Ljudboken ökar stort på marknaden”, *Svensk Bokhandel*, 2008-03-17, tillgänglig: <http://www.svb.se/nyheter/ljudboken-okar-stort-pa-macken>, (hämtad 2016-05-03).

Winkler, Lasse, ”Vem som helst kan inte läsa in en ljudbok”, *Svensk bokhandel*, 2009-04-15, tillgänglig: <http://www.svb.se/nyheter/vem-som-helst-kan-inte-lasa-en-ljudbok>, (hämtad 2016-05-14).

Intervju:

Fredriksson, Angelica, innehållsansvarig på Storytel, e-post 2016-05-06.

Fredriksson, Angelica, innehållsansvarig på Storytel, telefonintervju 2016-04-15.

Bilagor

Bilaga 1 – Topplistor						
	Storytel			Svensk Bokhandel		
2013	Titel	Författare	Uppläsare	Titel	Författare	Finns på Storytel?
1	En man som heter Ove	Fredrik Backman	Torsten Wahlund	Femtio nyanser av frihet	E L James	Endast på eng
2	Sandmannen	Lars Kepler	Jonas Malmsjö	Femtio nyanser av honom	E L James	Endast på eng
3	I farans riktning	Viveca Sten	Katarina Ewerlöf	Femtio nyanser av mörker	E L James	Endast på eng
4	Fifty Shades of Grey	E L James	Becca Battoe	Inferno	Dan Brown	Ja
5	Uppgörelsen	Dag Öhrlund, Dan Buthler	Stefan Sauk	Den sanna historien om Pinocchios näsa	Leif GW Persson	Ja
6	Trollbunden	Margit Sandemo	Julia Dufvenius	Analfabeten som kunde räkna	Jonas Jonasson	Ja
7	Du går inte ensam	Mari Jungstedt	Katarina Ewerlöf	Mellan rött och svart	Jan Guillou	Ja
8	Inferno	Dan Brown	Jonas Malmsjö	Du går inte ensam	Mari Jungstedt	Ja
9	Fifty Shades Darker	E L James	Becca Battoe	Lyckliga gatan	Liza Marklund	Ja
10	Marcoeffekten	Jussi Adler-Olsen	Stefan Sauk	Polis	Jo Nesbø	Ja
2014	Titel	Författare	Uppläsare	Titel	Författare	Finns på Storytel?
1	Erövraren	Dan Buthler, Dag Öhrlund	Stefan Sauk	Stalker	Lars Kepler	Ja
2	Stalker	Lars Kepler	Jonas Malmsjö	Att inte vilja se	Jan Guillou	Ja
3	Lejontämjaren	Camilla Läckberg	Katarina Ewerlöf	Lejontämjaren	Camilla Läckberg	Ja
4	Britt-Marie var här	Fredrik Backman	Marie Richardson	Min mormor hälsar och säger förlåt	Fredrik Backman	Ja
5	Den stumma flickan	Michael Hjorth, Hans Rosenfeldt	Niklas Falk	VIP-rummet	Jens Lapidus	Ja
6	I maktens skugga	Viveca Sten	Katarina Ewerlöf	Utan personligt ansvar	Lena Andersson	Ja
7	Att inte vilja se	Jan Guillou	Tomas Bolme	Sonen	Jo Nesbø	Ja
8	VIP-rummet	Jens Lapidus	Jonas Malmsjö	Sandmannen	Lars Kepler	Ja
9	Sonen	Jo Nesbø	Christian Fex	Jag heter inte Miriam	Majgull Axelsson	Ja
10	En man som heter Ove	Fredrik Backman	Torsten Wahlund	Den sanna historien om Pinocchios näsa	Leif GW Persson	Ja
2015	Titel	Författare	Uppläsare	Titel	Författare	Finns på Storytel?
1	Det som inte dödar oss	David Lagercrantz	Stefan Sauk	Det som inte dödar oss	David Lagercrantz	Ja
2	Den gränslöse	Jussi Adler-Olsen	Stefan Sauk	Stalker	Lars Kepler	Ja
3	Avdelning 73	Sofie Sarenbrant	Katarina Ewerlöf	Lejontämjaren	Camilla Läckberg	Ja
4	Järnblod	Liza Marklund	Marie Richardson	Bombmakaren och hans kvinna	Leif GW Persson	Ja
5	Hämnanen	Dan Buthler, Dag Öhrlund	Stefan Sauk	Britt-Marie var här	Fredrik Backman	Ja
6	Stalker	Lars Kepler	Jonas Malmsjö	Blå stjärnan	Jan Guillou	Ja
7	De underkända	Michael Hjorth, Hans Rosenfeldt	Niklas Falk	Femtio nyanser av honom enligt Christian	E L James	Endast på eng
8	Det är något som inte stä	Martina Haag	Martina Haag	Mördar-Anders och hans vänner	Jonas Jonasson	Ja
9	Falleri, fallera, falleralla	Carin Gerhardsen	Stefan Sauk	Allt jag inte minns	Jonas Hassen Khemiri	Ja
10	I sanningens namn	Viveca Sten	Katarina Ewerlöf	STHLM DELETE	Jens Lapidus	Ja

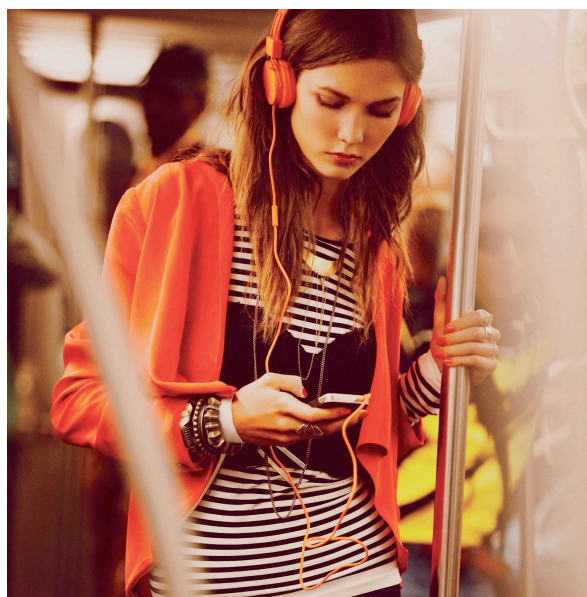
Bilaga 2 – Enkätundersökning

Om ljudböcker och Storytel

Vi heter Cecilia Imberg och Sara Petersson och vi studerar Förlags- och bokmarknadskunskap på Lunds universitet. Med hjälp av denna enkät vill vi undersöka hur Storytels användare ser på ljudböcker samt hur ni använder appen. Resultatet kommer att vara en del i vår kandidatuppsats om just ljudböcker och Storytel.

Enkäten tar cirka fem minuter att genomföra. Tack för ditt deltagande! Resultatet kommer att publiceras under sommaren 2016.

*Obligatorisk



Om dig

1. Kön *

Markera endast en oval.

- Man
 Kvinna

2. Ålder *

Markera endast en oval.

- 18–25
 26–35
 36–45
 46–55
 56–65
 65–

3. Sysselsättning *

.....

Om läsning och lyssning

4. Hur länge har du lyssnat på ljudböcker? *

Markera endast en oval.

- Mindre än 1 år
- 1–2 år
- 2–3 år
- Mer än 3 år

5. Läser du tryckta böcker också? *

Markera endast en oval.

- Ja
- Nej
- Ibland

6. Om du läser tryckta böcker, vilka genrer? (Kryssa gärna i flera) *

Markera alla som gäller.

- Barn
- Biografier
- Chick lit
- Deckare
- Ekonomi & Business
- Erotiskt
- Fakta
- Fantasy & SciFi
- Historia
- Klassiker
- Lyrik
- Noveller
- Personlig utveckling
- Romance
- Romaner
- Språk
- Spänningsromaner
- Tonår & unga vuxna
- Jag läser ej tryckta böcker
- Övrigt:

7. Vilken eller vilka genrer tycker du om att lyssna på? (Kryssa gärna i flera) *

Markera alla som gäller.

- Barn
- Biografier
- Chick lit
- Deckare
- Ekonomi & Business
- Erotiskt
- Fakta
- Fantasy & SciFi
- Historia
- Klassiker
- Lyrik
- Noveller
- Personlig utveckling
- Romance
- Romaner
- Språk
- Spänningsromaner
- Tonår & unga vuxna
- Övrigt:

8. Finns det typer av böcker som är bättre som ljudbok? *

Markera endast en oval.

- Ja
- Nej

9. Om ja, vilken typ? Motivera ditt svar.

.....

.....

.....

.....

.....

10. Finns det typer av böcker som är bättre som tryckt bok? *

Markera endast en oval.

- Ja
- Nej

11. Om ja, vilken typ? Motivera ditt svar.

.....
.....
.....
.....
.....

12. Läser du även e-böcker i appen? *

Markera endast en oval.

- Ja
 Nej
 Ibland

13. Vad gör du samtidigt som du lyssnar på en ljudbok? *

Markera alla som gäller.

- Ingenting, lyssnar bara på boken
 Pendlar
 Hushållssysslor (städa, diska, tvätta, laga mat)
 Tränar
 Går en promenad
 Jobbar
 Övrigt:

Vilka faktorer spelar in när du väljer ljudbok?

14. Boken ligger på topplistan i appen *

Markera endast en oval.

1 2 3 4 5 6

Spelar ingen roll Spelar stor roll

15. Boken ligger bland nyheterna i appen *

Markera endast en oval.

1 2 3 4 5 6

Spelar ingen roll Spelar stor roll

16. Storytels egna kategorier (t ex "Romanfigurer du förälskar dig i" och "Böcker du ljuger om att du har läst") *

Markera endast en oval.

	1	2	3	4	5	6	
Spelar ingen roll	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Spelar stor roll

17. Recensioner och betyg från andra lyssnare *

Markera endast en oval.

	1	2	3	4	5	6	
Spelar ingen roll	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Spelar stor roll

18. Texten om boken i appen *

Markera endast en oval.

	1	2	3	4	5	6	
Spelar ingen roll	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Spelar stor roll

19. Vem författaren är *

Markera endast en oval.

	1	2	3	4	5	6	
Spelar ingen roll	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Spelar stor roll

20. Vem uppläsaren är *

Markera endast en oval.

	1	2	3	4	5	6	
Spelar ingen roll	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Spelar stor roll

21. Hur omslaget ser ut *

Markera endast en oval.

	1	2	3	4	5	6	
Spelar ingen roll	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Spelar stor roll

Tack för ditt deltagande!

Med vänlig hälsning, Cecilia Imberg och Sara Petersson

Bilaga 3 – Topplistor, statistik				
Antal titlar per genre	2013	2014	2015	Totalt
Storytel				
Romaner	2	3	1	6
Deckare	5	6	8	19
Erotisk litteratur	2	0	0	2
Spänningsromaner	1	1	1	3
Svensk Bokhandel				
Romaner	2	4	4	10
Deckare	4	5	3	12
Erotisk litteratur	3	0	1	4
Spänningsromaner	1	1	2	4
Totalt Storytel och SvB				
Romaner				16
Deckare				31
Erotisk litteratur				6
Spänningsromaner				7
Uppläsare	2013	2014	2015	Totalt
Stefan Sauk	2	1	4	7
Katarina Ewerlöf	2	2	2	6
Jonas Malmsjö	2	2	1	5
Becca Battoe	2	0	0	2
Niklas Falk	0	1	1	2
Marie Richardsson	0	1	1	2
Torsten Wahlund	1	1	0	2
Tomas Bolme	0	1	0	1
Julia Dufvenius	1	0	0	1
Christian Fex	0	1	0	1
Martina Haag	0	0	1	1

Bilaga 4 - Intervjuguide

- Vad är din roll på Storytel?

Generellt om Storytel

- Vad gör ni som är unikt?
- Hur många medlemmar har ni?
- Hur många ljudböcker har ni?
- Vi har sett att ni har expanderat till Finland nu i veckan. Tror ni att ni kan expandera ännu mer?

Om Storytel-användaren

- Vilken är er målgrupp idag?
- Har målgruppen förändrats över åren? Hur?
- Vem är den typiske Storytel-användaren?
- Märker ni att det finns tider på året som medlemsantalet ökar/sjunker? Vad kan det bero på?

Om ljudböcker

- Vilken genre anser ni funkar bäst som ljudbok? Varför?
- Finns det någon genre som inte funkar så bra som ljudbok? Vad kan det bero på?
- Hur ser ni på uppläsarens roll?
- Hur ser ni på appens utformning? (Ex. bokhyllan, serie-kategorin, egna kategorier, boktips etc.)
- Varför är abonnemangstjänster så framgångsrika? Är det en förklaring till ljudbokens framgång?

Om ljudböcker jämfört med andra medier

- Hur skiljer sig användningen åt mellan ljud- och e-böcker på Storytel?
- Har det förändrats?

Om förlagen

- Hur fungerar ert samarbete med förlagen?
- Hur fungerar ersättningen till dem? (Per påbörjad bok, viss procent av boken etc)
- Vad gäller för e-böckerna?
- Vad avgör om ni har boken?
- Hur ser ni på ert samarbete med Massolit och B. Wahlströms? Hur har det påverkat Storytel?

Bilaga 5 – Storytel-appen



Bild 1: Huvudmeny

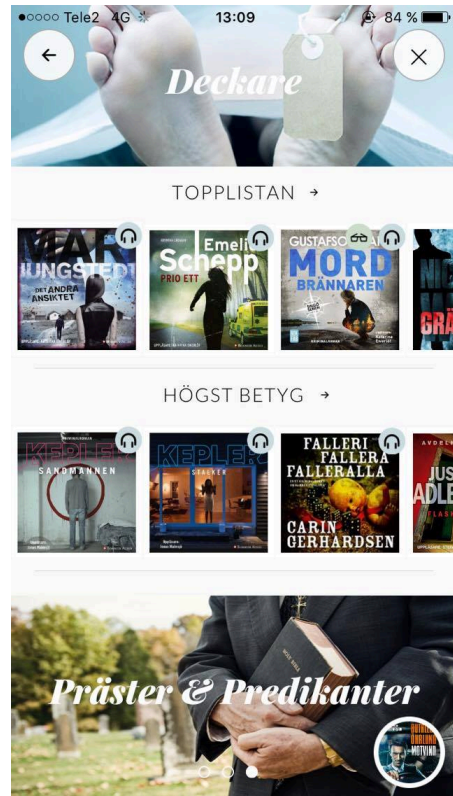


Bild 2: Deckarsida

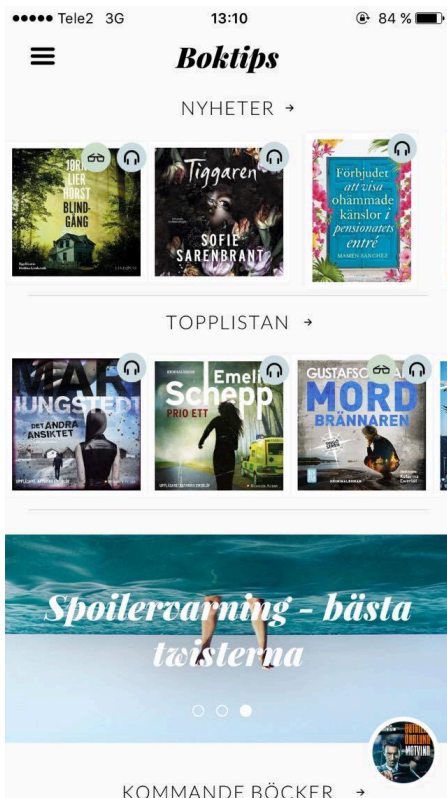


Bild 3: Boktips



Bild 4: Omslag