Oprah's Book Club 2.0

En studie av interaktionen på Oprah's Book Club's Instagram

LUNDS UNIVERSITET

Lunds universitet
Förlags- och bokmarknadskunskap
Institutionen för kulturvetenskaper
Handledare: Tove Paulsson Holmberg
Examinator: Sara Kärrholm
2021-06-04

Marta Toledo Jörgensen
Laura Ukaj
FBMK12

Abstract

This paper is a study of how users on Instagram interact on Oprah's Book Club 2.0. *American Dirt* was the book we studied for interaction between users and Oprah. A lot has happened with the digitalization since Oprah's Book Club went from announcing the monthly book on TV to announcing it on social media. The outcome of the Book Club 2.0 has welcomed all kinds of opinions, both positive and negative. The Internet has taken the concept of opinions to another level, but where do we draw the line? And can you hold a discussion on a literary level?

Oprah Winfrey, a woman with a highly position of power has a big influence. Most of her books she chooses for the monthly book becomes a *New York Times* bestseller. Oprah, a celebrity but also a human that connects with her followers and inspires them. The users create as we call a parasocial relationship with Oprah. Throughout the paper we have studied the changes on the users' comments they posted on the monthly book *American Dirt* and how much impact Oprah has. There were 10 posts and 2324 comments in total on Instagram we analyzed. We did a quantitative method but also a qualitative method where we chose three out of ten posts we analyzed more.

Keywords: Oprah Winfrey, Book Club 2.0, Instagram, comments, members, celebrity studies, parasocial, virtual community, emotional value, literature, social media

Innehållsförteckning

1. INLEDNING **3**

2. SYFTE OCH FRÅGESTÄLLNINGAR **4**

3. MATERIAL **5**

3.1 OPRAH'S BOOK CLUB 2.0 7

4. METOD **8**

4.1 KVANTITATIV UNDERSÖKNING 8
4.2 KVALITATIV UNDERSÖKNING OCH NETNOGRAFISK METOD 8
4.3 URVAL 9
4.4 VALIDITET 9
4.5 ETIK 9
4.5.1 Sociala medier som ett offentligt rum *10*
4.6 KODSCHEMA 10
4.7 EMOJIS 11

5. TEORI **12**

5.1 MARKNADSFÖRINGSTEORI I ETT HELHETSPERSPEKTIV 12
5.1.1 Parasociala relationer *13*
5.1.2 Virtuell gemenskap *14*
5.1.3 Emotionella värden i litteraturen *15*

6. TIDIGARE FORSKNING **16**

7. BAKGRUND **18**

8. RESULTAT **19**

9. ANALYS **21**

9.1 OPRAH OCH PARASOCIALA RELATIONER 21
9.2 OPRAH'S BOOK CLUB'S LITTERÄRA DISKUSSIONER 23
9.3 OPRAH'S BOOK CLUB'S BETYDELSE FÖR SINA MEDLEMMAR 30
9.4 INTERAKTIONEN FRÅN ANDRA SOCIALA MEDIER 33
9.5 INSTAGRAMINLÄGG SOM GENERERAT HÖGST DELTAGANDE 35

10. SAMMANFATTNING **39**

11. KÄLLFÖRTECKNING **42**

11.1 PRIMÄRT MATERIAL 42
11.2 TRYCKT MATERIAL 42
11.3 DIGITALT MATERIAL 44

BILAGA **45**

1. Inledning

Synlighet har idag blivit allt viktigare inom förlags- och bokmarknaden. Författare kan idag kommunicera direkt med sina läsare online i och med 2000-talets sociala medierevolution. Bokklubbar som styrs av kändisar, till exempel Reese's Book Club och Oprah's Book Club, har blivit en del av bokmarknaden idag och det kan kopplas samman till den mediala utvecklingen på bokmarknaden. Det är vanligt att författare medvetet arbetar med sin marknadsföring och att de medverkar i sociala medier som gör så att allmänheten börjar se dem som kändisar. Det gäller inte bara de riktigt kända författarna utan också de mindre kända författarna. Allmänheten har ofta en uppfattning om kändisförfattaren trots att de inte alltid läst deras böcker.[1] Det litterära fältet har flyttat ut till kändiskulturen och det kallas för celebrity studies. Utan sociala medier som låter författaren medverka i olika mediala sammanhang hade inte författare kunnat bli litterära celebriteter. Konsekvensen av att kändisbokklubbar flyttas till sociala medier skapar en annorlunda struktur online och det finns mindre kontroll om vad som blir sagt. Det vill säga, vem som helst kan göra sin röst hörd under vilken tid som helst på dygnet. På grund av att bokklubbar flyttats till sociala medier har det förstärkt den virtuella gemenskapen och effekten blir att användarnas kommentarer skapar ett emotionellt värde.

I den här uppsatsen undersöks onlinebokklubben Oprah's Book Club 2.0 som är en gratis bokklubb och inte kräver medlemskap. Kommunikationen i bokklubben sker online på sociala medier. Bokklubben erbjuder en möjlighet för sina användare att mötas online och samtala om litteratur. Precis som i en fysisk bokklubb väljer Oprah's Book Club, under olika tidsperioder, en utvald bok som ska diskuteras. En av böckerna som har diskuterats av bokklubben var *American Dirt* (2020) av Jeanine Cummins.

Oprah's Book Club publicerade, den 21 januari 2020, ett inlägg där hon presenterar månadens utvalda bok *American Dirt* av Jeanine Cummmins. Under inlägget förklarar Oprah varför hon valt boken och hur den väcker känslor: "From the first page, first sentence, @oprah was IN. It's a heart-wrenching page-turner, and you won't be able to put it down." Bokklubbens kommentarsfält fylldes av både kritiska och positiva kommentarer, som handlade om alltifrån hur Oprah kunde välja en rasistisk bok till positiva komplimanger till valet av en bok som väcker känslor. Det var tydligt att kritiken från användarna var en stor del av kommentarsfältet.

[1] Torbjörn Forslid & Anders Ohlsson, *Fenomenet Björn Ranelid*, Lund: Studentlitteratur 2009, s. 23.

Det är vanligt att kändisprofiler ofta får åsiktsstormar i sina kommentarsfält på sociala medier. På kommentarsfälten får användarna möjligheten att debattera och tycka till om inlägget. Positiva eller negativa kommentarer som vanliga användare skriver i Oprah's Book Club får ett stort genomslag i bokklubben. Vem som helst har makten att få sin röst hörd på ett sätt som tidigare inte fanns. Bokklubben uppmärksammade läsarnas kritik mot boken och avslutade boken tidigare än vad hon gjort med sina andra böcker i bokklubben. Så det går verkligen att se hur positiva och kritiska kommentarer uppmärksammas och kan få konsekvenser. Vad är det som utmärker denna form av kommunikation och vad kan detta exemplet *American Dirt* ge?

2. Syfte och frågeställningar

Syftet är att undersöka hur Instagramkontot Oprah Winfrey Book Club 2.0 skapar virtuell gemenskap och emotionellt värde till användarna via inlägg, kommentarer och videoklipp. Vi formulerar följande frågeställningar på basis av vårt syfte:

- Vilken relation har Oprah Winfrey till användarna i bokklubben?
- På vilket sätt bygger och förstärker Oprah Winfrey Book Club sitt varumärke på Instagram?
- I vilken utsträckning och på vilket sätt skapar användarna virtuell gemenskap och emotionellt värde genom sitt gruppdeltagande?

3. Material

Uppsatsens primära material består av 2324 kommentarer kopplade till 10 inlägg om månadens bok *American Dirt* publicerade mellan den 21 januari och den 8 mars 2020 på Instagramkontot Oprah's Book Club 2.0. Anledningen till att materialet består av 10 inlägg är för att undersökningen består av den senast avslutade månadsboken som låg närmst i tiden. Inläggen på sociala medier har avgränsats tidsmässigt till inlägg som handlar om *American Dirt* publicerade mellan den 21 januari till den 8 mars 2020. Inläggen som Oprah's Book Club 2.0 publicerar kan vara citat från boken, lässchema och videoklipp där Oprah pratar om boken eller intervjuar författaren. Det fanns mycket diskussioner om boken på bokklubbens Instagram, men det fanns också många kommentarer om rasfrågor. Oprah marknadsförde inte boken lika mycket som alla andra böcker och försvarar sitt val av boken *American Dirt* med att romanen fick henne att känna sig personligen kopplad till huvudkaraktären och karaktärens roll som en stark mamma och därför ville hon ha med den i sin bokklubb.[2] Bokklubben har inte lagt upp så många inlägg på Instagram om boken *American Dirt* jämfört med andra utvalda böcker i bokklubben. Anledningen till detta är att boken är kontroversiell och skapade stor debatt, något som kommer utvecklas längre fram i uppsatsen.

Anledningen till att materialet avgränsas till att bestå av inlägg som handlar om den tidigare boken *American Dirt* är för att få en fördjupad bild av diskussionen på Instagram. Boken *American Dirt* av Jeanine Cummins var mycket omdiskuterad på Oprah's Book Club's Instagram och vi ville ta reda på mer om den diskussionen. Boken är omtalad för att författaren är en vit kvinna som skriver om mexikansk immigration till USA.[3] Förlaget ställde till och med in Jeanine Cummins författarturné för att boken var för kontroversiell.[4] Många kritiker hävdar att boken är fylld av rasistiska stereotyper, att hon inte kan skriva en sådan berättelse när hon själv inte har mexikanskt

[2] Alison Flood, "Oprah admits to 'not looking for Latinx writers' as American Dirt controversy continues", *The Guardian*, 5 mars 2020, https://www.theguardian.com/books/2020/mar/05/oprah-american-dirt-row-book-club-jeanine-cummins hämtad 21 maj 2020.
[3] André Wheeler, "Publisher cancels Jeanine Cummins tour for American Dirt over safety fears", *The Guardian*, 29 januari 2020, https://www.theguardian.com/books/2020/jan/29/american-dirt-jeanine-cummins-tour-canceled, hämtad 22 april 2020.
[4] Wheeler, *The Guardian,* 29 januari 2020.

påbrå, eftersom hon profiterar på mexikanska flyktingars historia samtidigt som hon tjänar stora summor på boken.[5]

En del av undersökningen har varit att undersöka boken *American Dirt* utifrån ett helhetsperspektiv. Materialet består även av stickprov från böckerna *Hidden Valley Road* (2020) och *Deacon King Kong* (2020) som kom ut månaderna efter *American Dirt* för att se hur deras kommentarer och diskussioner ser ut.[6] Detta för att se ifall det fanns ett mönster från andra månadsböcker. Det är intressant att undersöka just den boken *American Dirt* och vilken roll det spelar att den boken valdes. Anledningen till att det primära materialet består av inlägg och kommentarer från Instagram är att den hör till en av de största och populäraste sociala medierna med flest användare. Alla kommentarer till alla inlägg som handlade om *American Dirt* på Instagram undersöktes. Materialet är avgränsat till Instagraminlägg och inlägg från Twitter och Facebook används som sekundärmaterial, eftersom det var för lite material som inte var relevant för undersökningen.

[5] Alison Flood, "Oprah admits to 'not looking for Latinx writers' as American Dirt controversy continues", *The Guardian*, 5 mars 2020, https://www.theguardian.com/books/2020/mar/05/oprah-american-dirt-row-book-club-jeanine-cummins hämtad 21 maj 2020.

[6] "Hidden Valley Road", Diskussionsinlägg till boken, från Oprah's Book Club, *Instagram*, inlägg 4 maj 2020, hämtad 27 maj 2021.
"Hidden Valley Road", Introduktionsinlägg till boken, från Oprah's Book Club, *Instagram*, inlägg 25 maj 2020, hämtad 27 maj 2021.
"Deacon King Kong", Introduktionsinlägg till boken, från Oprah's Book Club, *Instagram*, inlägg 16 juni 2020, hämtad 27 maj 2021.
"Deacon King Kong", Diskussionsinlägg till boken, från Oprah's Book Club, *Instagram*, inlägg 29 juni 2020, hämtad 27 maj 2021.
"Deacon King Kong", Videoinlägg till boken, från Oprah's Book Club, *Instagram*, inlägg 27 juli 2020, hämtad 27 maj 2021.

3.1 Oprah's Book Club 2.0

Nedan visas de inlägg som valdes till undersökningen, samt antal följare. Här presenteras också inläggens rubrik. Undersökningen består av Oprah's Book Club's Instagramkonto:

Tabell 1. Oprah's Book Club Instagramkonto

Gruppkonto	Oprah's Book Club
Antal följare	576 000+
Hashtag	#ReadWithUs

Instagramkontots profil:

Oprah's Book Club

A place for you to #ReadWithUs. Follow us to join the club. We're currently reading "Caste" by @isabelwilkerson, get your copy on @applebooks.

apple.co/OprahsBookClub

4. Metod

I följande avsnitt presenteras vilka metoder som valts. Därefter beskrivs urval, validitet och etiska riktlinjer. Metoden är en kombination av en kvantitativ och en kvalitativ metod, då det ger den bästa möjligheten att besvara frågeställningarna.

Undersökningen består av kommentarerna från 10 inlägg på Instagram som handlade om boken *American Dirt.* Detta för att analysera vilken betydelse Oprah Winfrey har för sina medlemmar i bokklubben och vilka perspektiv på läsning och litteratur som tar sig uttryck hos bokklubbens deltagare. Av de 10 inläggen valdes tre inlägg som genererade mest kommentarer att analysera mer djupgående. Undersökningen består också av vad användarna är positiva till och vad de är kritiska mot när de kommenterar inlägg som handlar om boken *American Dirt* och vad det säger om relationen mellan bokklubben och dess läsare.

4.1 Kvantitativ undersökning

Den kvantitativa metoden är uppdelad i två kategorier där den ena är en innehållsanalys och den andra kategorin är ett kodschema som skapats. Skärmdumpar togs av samtliga inlägg som handlar om boken *American Dirt* och sedan användes en kvantitativ metod för att granska hur många kommentarer som varje inlägg har fått och för att få en överskådlig bild av vad användarna är mest intresserade av att kommentera. Det är effektivt med kvantitativ analys för att se hur många kommentarer ett inlägg har fått. Då blir det lättare att se hur många positiva och kritiska kommentarer som förekommer för att kunna diskutera resultatet.

Den kvantitativa metoden kombineras med en kvalitativ metod för att göra en noggrannare analys av vilka mönster som upptäcktes i den kvantitativa undersökningen.

4.2 Kvalitativ undersökning och netnografisk metod

I den kvalitativa metoden användes en mer noggrann textanalys genom att läsa och bedöma användarnas kommentarer mer ingående för att se positiva eller negativa reaktioner på inläggen. Anledningen till detta var för att undersökningen studerar mönster och samband som var unika och karaktäristiska för *American Dirt* jämfört med andra böcker i bokklubben.

Med kvalitativ metod ska uppsatsen undersöka hur läsningen kommenteras av bokklubbens deltagare och hur boksamtalet ser ut online. En annan metod som valts är en netnografisk datainsamlande metod eftersom materialet består av kommentarer och inlägg på sociala medier. Material som är hämtat från Internet är föränderligt och inlägg kan tas bort eller redigeras och därför togs skärmdumpar på inläggen i fall något inlägg skulle tas bort.

4.3 Urval

Uppsatsens urval består av Instagraminlägg om månadens bok *American Dirt* publicerade av Oprah's Book Club 2.0 under perioden 21 januari 2020 - 11 mars 2020. Uppsatsen består av kommentarsfälten till 10 inlägg som handlar om *American Dirt*. Undersökningen består av alla kommentarerna under samtliga valda inlägg.

4.4 Validitet

Validitet handlar om hur resultaten från vår studie av kommentarsfält på Instagram ska tolkas. I denna studie har kommentarer översatts till vad som kommentarerna indikerar till i kategorierna: diagram och tabeller. Till exempel finns en undersökning av positiva, negativa och neutrala kommentarer och för att få ett överskådligt resultat har det noggrant undersökts vilka kommentarer som faller in i vilken kategori.

Kategorierna har delats upp i positiva och negativa kommentarer enbart om boken är bra eller inte. På samma sätt delades kommentarerna om Oprah beroende på om kommentarerna är positiva eller kritiska. Diskussionerna har delats upp som positiva, negativa eller neutrala.

4.5 Etik

Undersökningen består av en stor mängd kommentarer från privata konton på Instagram. Nedan följer ett avsnitt kring de etiska aspekterna av sociala medier och hanteringen av privat information.

4.5.1 Sociala medier som ett offentligt rum

Det är viktigt att ta hänsyn till Instagramanvändares inlägg i uppsatsen och därför följs ett etiskt förhållningssätt. Det finns etiska riktlinjer som forskare måste följa: *forskaretik* och *forskningsetik*. Forskaretik betyder att forskare ärligt redovisar sina resultat och prövar alternativa tolkningar. Den andra aspekten forskningsetik betyder att forskare har en skyldighet gentemot uppsatsens informanter.[7]

När material som undersökts hämtats från Internet är det viktigt att vara medveten om att följare kan uppfatta offentliga sociala mediekonton som privata. Användare kan till exempel tycka att offentliga kommentarsfält är privata och kan därför bli förvånade eller upprörda om de får veta att forskare undersöker deras inlägg. Andra följare kanske tycker att synliga kommentarer är offentliga, men vill inte att deras inlägg ska undersökas. Problemet som kan uppstå kommer kringgås genom att undersökningen inte skriver Instagramkontots namn på specifika kommentarer. Instagram är offentligt och konton ska kunna kommentera och läsa andras offentliga inlägg. Om en användare kommenterar ett offentligt inlägg går hen också med på att kommentaren kan läsas av andra.

4.6 Kodschema

I detta avsnitt berättas om hur kommentarerna avkodats i olika kategorier i ett kodschema. Kategorierna är kopplade till frågeställningarna. Kommentarerna har avkodats i 10 kategorier. Nedan beskrivs hur kommentarerna har kategoriserats.

Exempel positiv kommentar om boken: I recently finished the book American Dirt and I have to say I loved it!! When I keep thinking about the characters in a book after I'm done, I know it's good. It was gripping and had my heart pounding the whole time!!! I don't have Apple TV+ so sadly can't see the discussion on the book. Great choice @oprah !! 💙

Exempel positiv kommentar om Oprah och klubben: Oprah, thank you for giving me the opportunity to become a real reader of books! This is my third consecutive read in

[7] Lars Kaijser & Magnus Öhlander, *Etnologiskt fältarbete*. Lund: Studentlitteratur 2011, s. 80.

your book club. I just finished American Dirt. It was an incredible experience and overwhelming in opening my understanding. Thank you, thank you, thank you.

Exempel kritisk kommentar om boken: This book is garbage 🤢

Exempel kritisk kommentar om Oprah och klubben: Oprah nooooo why!!! 💔 as a Mexican immigrant this book selection is so disappointing on so many levels 😭😭😭😭

Exempel Oprah's Book Club 2.0 och Oprah kommenterar kommentar: Amen 🙏🏽 thank you for being opening to listening.

Exempel neutral, opartisk kommentar: I'm just glad ppl are talking about books. Keep writing, writers!

4.7 Emojis

Emojis är ett verktyg för att uttrycka känslor på sociala medier. När kommentarerna har avkodats har vi bedömt emojis påverkan på vilket ställningstagande kommentaren har. Positiva emojis kan vara kommentarer med hjärtan, glada miner, hjärtögon, tummen upp och så vidare. Dessa emojis i en kommentar har tolkats som positiv. Även om kommentaren bara består av en positiv emoji och ingen text har den bedömts som överlag positiv. Om det däremot fanns en positiv emoji och en kritisk text i samma inlägg har hela kommentaren bedömts som negativ.

Negativa emojis kan vara kommentarer med arga miner, brustet hjärta, tumme ner och så vidare. Precis som med positiva emojis har vi använt samma tolkning här. Om det fanns en negativ emoji så avkodades den som negativ. För oss har det varit viktig att undersöka relationen mellan text och emoji. Om en negativ emoji fanns med i en positiv text har den avkodade kommentaren bedömts som positiv, eftersom det var texten som i första hand analyseras.

En emoji kan också förstärka kommentarens budskap. Emojis bestämde inte på egen hand om en kommentar var positiv, neutral eller negativ och den kunde helt klart hjälpa till att förstärka en text. Men när kommentarer skulle avkodas var det texten som vägde tyngst i bedömningen om en kommentar var negativ, neutral eller positiv. Kommentarer

med endast positiva eller negativa emojis utan text är i två kategorier för sig i undersökningens kodschema.

Exempel kommentar med positivt laddade emojis: ❤️🙌😍

Exempel kommentar med negativt laddade emojis: 👎🤢😠

5. Teori

De begrepp som valts och ingår i marknadsföringsteorin är *parasociala relationer*, *virtuell gemenskap* och *emotionellt värde*. Begreppet parasociala relationer används för att undersöka läsarnas förhållande till Oprah's Book Club på sociala medier. Petra Södergårds teorier om gemenskap på nätet används för att visa hur sociala medier kan vara lika stark och till och med starkare kommunikationsmässigt än den fysiska gemenskapen. För att analysera hur sociala medier tillåter alla läsare att få interagera med författaren användes Simone Murray's bok *The Digital Literary Sphere* (2018). Teoretiska begrepp kring litteraturens värden och värderingar tillämpades för att det är intressant att se hur värdeförhandlingen sker i diskussionen i användarnas kommentarer och för att se vilka emotionella värden som användarna väljer att uppmärksamma i kommentarerna.

5.1 Marknadsföringsteori i ett helhetsperspektiv

Marknadsföring har alltid varit en viktig del av bokproduktion- och försäljning, men har blivit alltmer viktigt på grund av den teknologiska utvecklingen som möjliggjort nya former av digital kommunikation.[8] Det är logiskt att aktörer på bokmarknaden, som till exempel bokklubbar, flyttar ut på Instagram där kunderna vistas. Närvaro online är mycket viktigt, eftersom tillgång till onlineinformation eftersöks av alla som överväger någon form av engagemang med varumärket eller författaren.[9] Marknadsföringen har flera mål att attrahera nya kunder, men också att behålla de befintliga kunder som finns

[8] Ann Steiner, *Litteraturen i mediesamhället*, 3:e upplagan, Lund: Studentlitteratur 2015, s. 112.
[9] Giles Clark & Angus Phillips, *Inside book publishing*, 5:e upplagan, Abingdon: Routledge 2014, s. 206.

genom att utveckla kundtillfredsställelsen.[10] Marknadsföringsteori innehåller flera olika begrepp som kan användas för att förklara hur ett företag ska agera framgångsrikt på marknaden. För att få kunskap om hur marknaden fungerar utgår man från flera olika modeller och begrepp som finns inom marknadsföringsteorin. För att applicera de olika begreppen på bokmarknaden ses författaren och läsaren som aktörer. Författaren är "säljaren" av sina böcker och läsaren är "köparen". Andra aktörer som finns på marknaden är den "övriga omgivningen" och består av de som agerar på den offentliga marknaden genom diskussioner och information om boken och författaren, men de köper inte verket.

Relationsmarknadsföring är en välkänd strategi för att skapa och bibehålla kundrelationer. Baverstock skriver att det betyder att företag värderar en kundkontakt som varar under en lång tid.[11] Företaget måste förstå marknaden genom att tillfredsställa kundens krav och i gengäld vill företaget att kunden stannar och skapar en långsiktig relation med företaget. På sociala medier kan företag skapa djupare relationer till konsumenterna, och bygga interaktiva relationer med sina följare. Relationsmarknadsföring innebär ett ömsesidigt förhållande mellan följare och företag. Nedan presenteras begreppen som används i marknadsföringsteori: parasociala relationer, virtuell gemenskap och emotionella värden.

5.1.1 Parasociala relationer

En parasocial relation är en relation mellan följare och en offentlig person. En verklig social relation är ömsesidig från båda sidor, men en parasocial relation är ensidig. Ett exempel på en parasocial relation är när en kontakt på sociala medier ger en illusion av att fansen får ett riktigt förhållande till den offentliga personen. Det här fantasiförhållandet kan ge intrycket att följaren känner den offentliga personen. Parasociala relationer brukar kännetecknas som ensidiga, eftersom den kända personen inte vet om att relationen finns och inte anser sig ha en relation med sitt fan.[12] Idag har parasociala relationer blivit mycket vanligare än förr och förstärkts på grund av sociala medier. Användare på sociala medier kan följa kändisar och få nya uppdateringar om

[10] Philip Kotler, *Marknadsföring: teori, strategi och praktik*, Harlow: Pearson 2013, s. 9.
[11] Alison Baverstock, *How to market books*, 5:e upplagan, New York: Routledge 2015, s. 18.
[12] Donald Horton & Richard Wohl, "Mass Communication and Parasocial Interaction: Observations on Intimacy at a Distance", *Psychiatry* 19:3, 1956, s. 215-229.

vad de gör. De kan också se och interagera med kändisar på deras lives. Det öppnar upp för nya möjligheter till interaktion med kändisen som påminner om en vänskapsrelation. Följaren upplever detta upprepade gånger via sociala medier vilket förklarar att följaren kan tycka sig känna en upplevd vänskap, en nära relation och även kan identifiera sig med kändisen.[13] Det är framförallt detta som förstärker den parasociala relationen mellan kändis och följare.

I undersökningen kopplas parasociala relationer till varför följarna uttrycker sina åsikter mycket öppet på Oprah's Book Club's kommentarsfält. En Instagramanvändare kan känna en stark relation till Oprah och kan då bli besviken på henne som om hon vore en riktig vän. Följaren kan då uttrycka sin besvikelse över Oprah på hennes bokklubbskonto på Instagram.

5.1.2 Virtuell gemenskap

I följande avsnitt beskrivs tolkningen av begreppet virtuell kommunikation och diskussion. Fokus kommer att ligga på virtuell gemenskap på nätet. Dessa presenteras närmare genom forskare inom området virtuell kommunikation. Pia Södergård skriver i sin avhandling *Virtuell gemenskap: Ett informationsvetenskapligt perspektiv på ungdomars cyberkultur* om vad som kännetecknar communitykonceptet virtuell gemenskap på nätet. Enligt Södergård innebär det både frihet och valmöjligheter. Användarna behöver inte kommentera och diskutera med varandra. Det kan förstås vara en mötesplats för att diskutera med personer som har liknande intressen, men det behöver inte vara så.[14]

Bristen på sociala signaler som kroppsspråk kompenseras av emojis. Olika förkortningar kan också visa att personen förstår sig på bokklubbsdiskussionen och den speciella gemenskapen som bokklubben är. Den största skillnaden som finns mellan kommunikation IRL och på nätet är att den senare oftast är mycket långsammare. Men forskare hävdar att det inte finns skillnader gällande socialt utbyte. Diskussionerna som sker på nätet är lika starka som ansikte mot ansikte. Det finns till och med tillfällen när kommunikation via nätet är starkare än fysisk kommunikation. Gemenskap på nätet är

[13] S. Chung & H. Cho, "Fostering Parasocial Relationships with Celebrities on Social Media: Implications for Celebrity Endorsement", *Psychology & Marketing,* 34(4), 2017, s. 482.
[14] Pia Södergård, "Virtuell gemenskap: Ett informationsvetenskapligt perspektiv på ungdomars cyberkultur", Åbo: Åbo Akademis förlag. (Ekonomisk-statsvetenskapliga fakulteten). Diss. Åbo Akademi 2007, s. 123.

alltså lika stark och kan till och med vara starkare kommunikationsmässigt än den fysiska.[15]

Simone Murray skriver om gemenskap på nätet i boken *The Digital Literary Sphere* (2018). Sociala medier tillåter att alla läsare kan få interagera med författaren och det är en möjlighet för författaren att skapa en detaljerad författaridentitet. Sociala medier som författarens kommunikationskanal har förändrat hur kommunikationen ser ut och den samtida litterära diskussionen. Internet har blivit en central del av den litterära kulturen.[16] Författare förväntas vara interaktiva med sina läsare online. De uppmuntras att synas och anknyta till sina läsare på sociala media. Då blir boken mer hypad och diskuterad av läsarna.[17]

5.1.3 Emotionella värden i litteraturen

En text kan värderas på olika sätt, beroende på vem som bedömer texten och värderingar kan också skifta över tid.[18] Teorierna som använts kommer från boken *Höstens böcker* där forskare undersökt 20 böcker under hösten 2013. För att kunna göra en så noggrann kartläggning som möjligt av författarna under hösten 2013 har de undersökt bokmarknaden och så mycket som möjligt följt författarna i spåren både på bokturnéer och på bokmässan i Göteborg.

Emotionella värden är de känslomässiga aspekter som finns i ett verk och de känslor som läsningen framkallar. Det kan innebära positiva eller kritiska kommentarer om alltifrån beundran och avsky till gråt, positiva eller negativa känslor. Läsningen ska enligt emotionella värden väcka känslor hos läsaren. Alla läsare påverkas av ett verks emotionella värden. Historiskt har litteraturens emotionella värde belysts genom fokus på läsningens koppling till spirituell vägledning och än idag lyfts litteraturens möjlighet fram att befria känslor som ett av dess värden.[19]

Bokens värde förhandlas mellan olika aktörers agerande på bokmarknaden. Värden skapas och upprätthålls i det litterära fältet. Vägen som går mellan författare och

[15] Södergård 2007, s. 44.
[16] Simone Murray, *The Digital Literary Sphere: Reading, Writing and Selling Books in the Internet Era*, Baltimore: Johns Hopkins University Press 2018, s. 25.
[17] Murray 2018, s. 23.
[18] Torbjörn Forslid, Jon Helgason, Lisbeth Larsson, Christian Lenemark, Anders Ohlsson och Ann Steiner, *Höstens böcker. Litterära värdeförhandlingar 2013*, Göteborg och Stockholm: Makadam förlag 2015, s. 63f.
[19] Forslid m. fl. 2015, s. 76.

konsument är en slags värderingsprocess som startar när författaren börjar arbeta med manuset och har när författaren lämnat ifrån sig manuset inget givet slut.[20]

I *Höstens böcker* undersöker författarna värdefrågans komplexitet genom att dela in värdebegreppet i fem olika kategorier, som är: stil- och formvärden, kunskapsvärden, emotionella värden, sociala värden och ekonomiska värden. Vi använder en av värdekategorierna i vår undersökning: emotionella värden.

Kategorierna stil- och formvärden och ekonomiska värden är inte relevanta för undersökningen och därför har de valts bort. Därför att de kategorierna inte hade någon funktion för att besvara syfte och frågeställningar.

6. Tidigare forskning

Forskningen om Oprah Winfrey's Book Club har sedan länge varit av intresse för forskare. Det har gjorts många studier om Oprah Winfrey-effekten men inte så många som fokuserat på den virtuella bokcirkeln. Ett exempel på forskning är Kathleen Rooneys bok *Reading With Oprah: The Book Club That Changed America* (2005) där hon skriver om effekten som Oprah Winfrey's tv-bokklubb fick i bokbranschen. Rooney diskuterar fenomenet Oprah's Book Club i relation till litterärt värde, teoretiska idéer om smak och kulturell hierarki. Många litterärt lärda personer tyckte att Oprah's val av böcker var medelmåttig och blev irriterade över hennes höga ställning som smakdomare i USA. Men det fanns också många som försvarade Oprah's bokklubb och ansåg att hennes bokval främjar överbryggandet av hög och låg litteratur.[21]

I boken *Reading Oprah: how Oprah's Book Club changed the way America reads* beskriver författaren Cecilia Konchar Farr hur stor betydelse Oprah's Book Club har haft på den amerikanska kulturen. Bokklubben har varit och är en betydande kulturell händelse. Konchar Farr skriver om bokklubbens uppkomst, dess skicklighet i att generera massiv försäljning och bokklubbens litterära val. Hon berömmer Oprah för att ge en möjlighet även för de lägre klasserna att prova på att läsa utvalda böcker som de kanske annars inte skulle ha läst.[22] Genom att intervjua författaren till månadens bok

[20] Forslid m. fl. 2015, s. 72f.
[21] Kathleen Rooney, *Reading With Oprah: The Book Club That Changed America,* Fayetteville: University of Arkansas Press 2005, s. 101.
[22] Cecilia Konchar Farr, *Reading Oprah: how Oprah's Book Club changed the way America reads,* New York: State University of New York press 2005, s, 2.

ger det en möjlighet att skapa reflekterande diskussioner mellan läsare och författare och en möjlighet att nå ut till många. Koncharr Farr påpekar att Oprahs val av böcker skapar en länk mellan socialt ansvar, rasfrågor och litteratur. Oprah's bokklubb gjorde det möjligt att skapa ett offentligt rum där bokdiskussioner blev tillgängligt för miljontals människor i USA som vanligtvis utesluts från sådana samtal.

The Oprah Affect (2008) av Cecilia Konchar Farr and Jaime Harker består av artiklar som diskuterar effekten som Oprah's Book Club haft på kulturen mot bakgrund av debatten om syftet med litteraturen i USA. Medlemmarna i Oprah's Book Club är framförallt kvinnor och böckerna som väljs av Oprah är nästan alltid de som väcker känslor.[23] Artiklarna kopplar samman Oprah's Book Club med feministisk kritik, bokhistoria, religiösa, politiska och kulturella studier.

I artikeln "The "Oprahfication" of Literacy: Reading "Oprah's Book Club"" undersöker Mark R. Hall bokklubben som en organisation för läskunnighet och frågar hur läskunnigheten uttrycker sig både utifrån Oprah Winfrey och hennes läsare. Oprah har en stor litterär makt i USA och kan även få motvilliga läsare att börja läsa hennes valda böcker till bokklubben. Oprah's Book Club tilltalar läsare både personligt och emotionellt.[24]

Ted Striphas undersöker i ett kapitel i boken *The Late Age of Print* varför Oprah's Book Club har visat sig vara en källa till inspiration för många människor. Mycket av inspirationen bygger på att bokklubben försökt koppla bokläsning med kvinnors vardag. Oprah's Book Club är en bokklubb som det går att granska utifrån kulturellt värde, auktoritetsstrukturer och hur läsning fungerar.[25] Striphas skriver om bokklubbens förmåga att skapa bästsäljare vilket kallas för Opraheffekten.[26]

Det finns relativt mycket skrivet om Oprah och hennes bokklubb. Det allmänna intrycket av forskningsfältet är att de flesta av artiklarna beskriver de positiva effekterna av hur Oprah's Book Club bidragit till läskulturen i USA och de positiva effekterna som hennes bokklubb haft på lägre samhällsklasser. Det som vår uppsats vill bidra med till forskningen om Oprah's Book Club är hur relationen mellan Oprah och användarna egentligen ser ut och fungerar.

[23] Cecilia Konchar Farr, *The Oprah Affect:Critical Essays on Oprah's Book Club,* New York: SUNY Press 2008, s. 3
[24] Hall 2003, s. 664.
[25] Striphas 2009, s. 17.
[26] Striphas 2009, s. 111.

7. Bakgrund

Oprah's Book Club började 1996 som en bokklubb i talkshowen *The Oprah Winfrey Show*. Programledaren Oprah Winfrey valde själv ut en bok som tittarna kunde läsa och diskutera varje månad. Det blev en milsten för bokklubbar, som började synas offentligt på ett helt annat sätt än tidigare. Många blev inspirerade och startade privata bokklubbar.[27] På grund av att bokklubben är så populär blir många av bokklubbens utvalda böcker bästsäljare.[28] Detta kallas även för Opraheffekten som forskaren Ted Striphas skriver om.[29]

Valet att undersöka den digitala plattformen Instagram grundar sig i att Instagram har blivit en ny arena för Oprah's Book Club där hennes medlemmar kan hitta och diskutera de böcker som hon väljer till sin bokklubb. På Instagram har Oprah's Book Club just nu cirka 576 000 följare, men antalet följare ökar hela tiden. Tidigare fanns bara bokklubben på *Oprah Winfrey Show* men efter att tv-showen lades ner, 25 maj 2011, så flyttade bokklubben Oprah Winfrey Book Club 2.0 ut på nätet 1 juni 2012.[30] Det nya konceptet innebar att bokklubben blev ett gemensamt samarbete mellan OWN: The Oprah Winfrey Network och The Oprah Magazine, samt att bokklubben flyttades ut på sociala medier. Mars 2019 tillkännagav Oprah sitt samarbete med Apple och att bokklubben kommer sändas på Apple TV+.[31]

I det offentliga digitala rummet kan Oprah Winfrey jämfört med tidigare påverka ännu fler och få en större publik. Oprah har en tydlig digital närvaro via sina sociala medier. Men hur fungerar interaktionen mellan användarna och Oprah? Det är viktigt att förstå hur litteratur förmedlas och marknadsförs.

---

[27] Catherine Sheldrick Ross, *Reading matters : What the research reveals about reading, libraries, and community*, 2006, s. 222.
[28] R. Mark Hall, "The "Oprahfication" of Literacy: Reading "Oprah's Book Club", *College English* Vol. 65, No. 6, 2003, s. 646.
[29] Ted Striphas, *The Late Age of Print: Everyday Book Culture from Consumerism to Control*, Columbia University Press 2009, s. 111.
[30] Amanda Harding, "Does Oprah Still Have a Book Club?", *CheatSheet*, 15 maj, 2019, https://www.cheatsheet.com/entertainment/does-oprah-still-have-a-book-club.html/
Hämtat 19 august 2020.
[31] Caroline Alexandersson, "Oprah's Book Club inleder ett nytt kapitel tillsammans med Apple", Apple Newsroom, 23 september 2019, https://www.apple.com/se/newsroom/2019/09/oprahs-book-club-starts-a-new-chapter-with-apple/
Hämtat 17 augusti 2020.

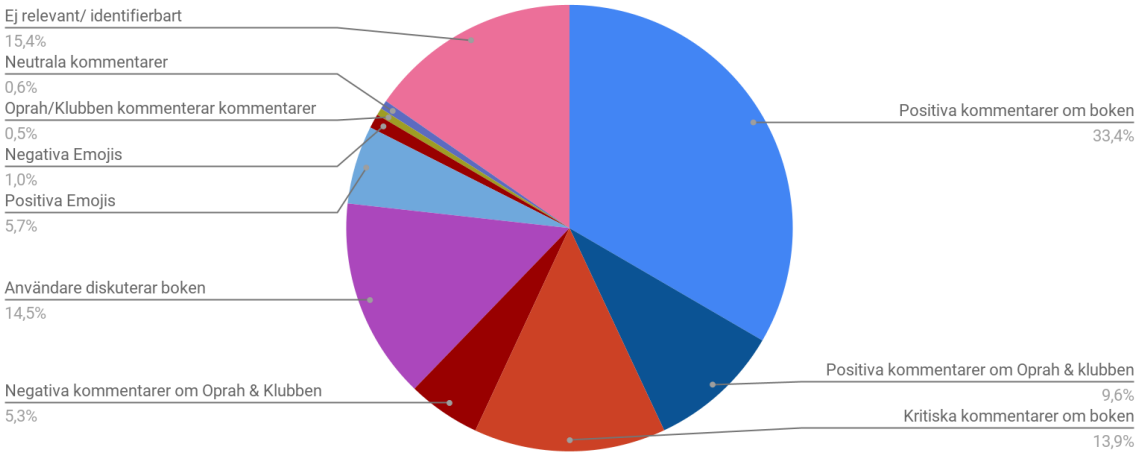
8. Resultat

Resultatet kommer att struktureras utifrån studiens frågeställningar. Efter varje figur och tabell beskrivs resultatet som visas. Resultatkapitlet kommer således inledas med studiens två mer övergripande frågeställningar om ställningstagande och ton. Genomgående i resultatkapitlet kommer positivt vara blå nyanser, neutrala kommer vara lila, negativa och kritiska är röda nyanser, ej identifierbart/relevant kommer vara rosa och bruna (se för varje figur). Kategorin Ej relevant utgörs av kommentarer som inte har med boken att göra som till exempel "Follow me for more pictures" eller "OMG you guys check out this link".

Blå Nyanser = Positiva
Röda Nyanser = Negativa
Lila = Neutrala
Rosa, Brun = Ej identifierbart/relevant

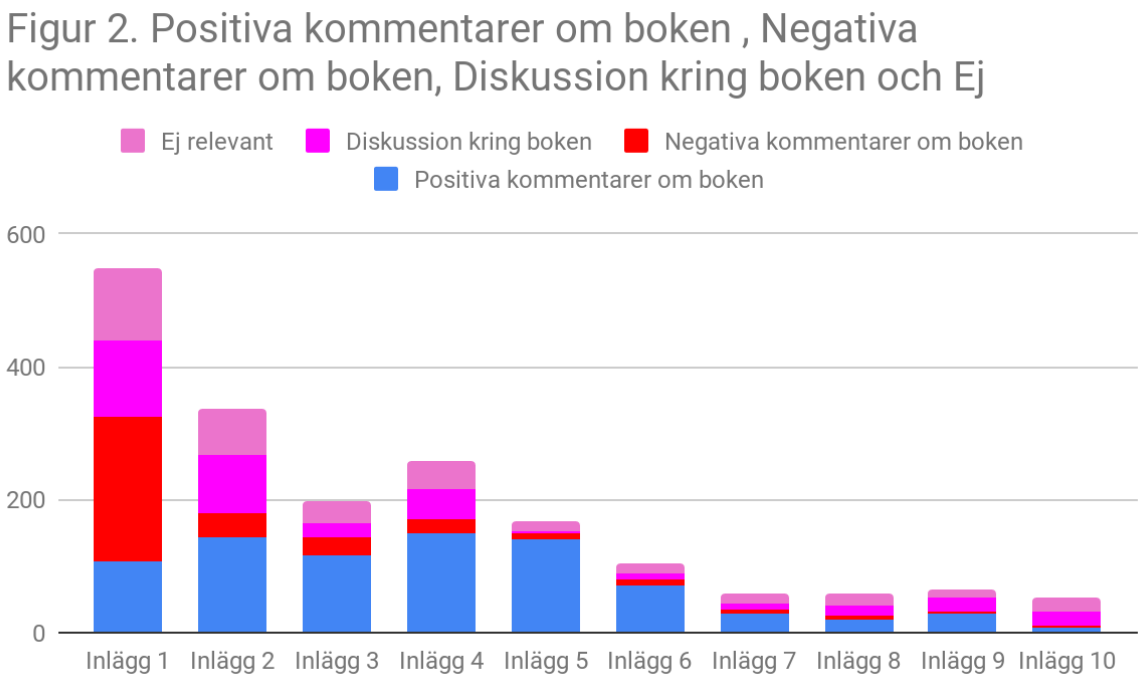
I följande avsnitt finns en beskrivning på varför det finns flera olika diagram. Detta har gjorts för att se om bokklubben håller en litterär diskussion i ett helhetsperspektiv. Med hjälp av en uppdelning av kommentarerna, som till exempel positiva/negativa har det fått ett resultat i analysen.

Figur 1.



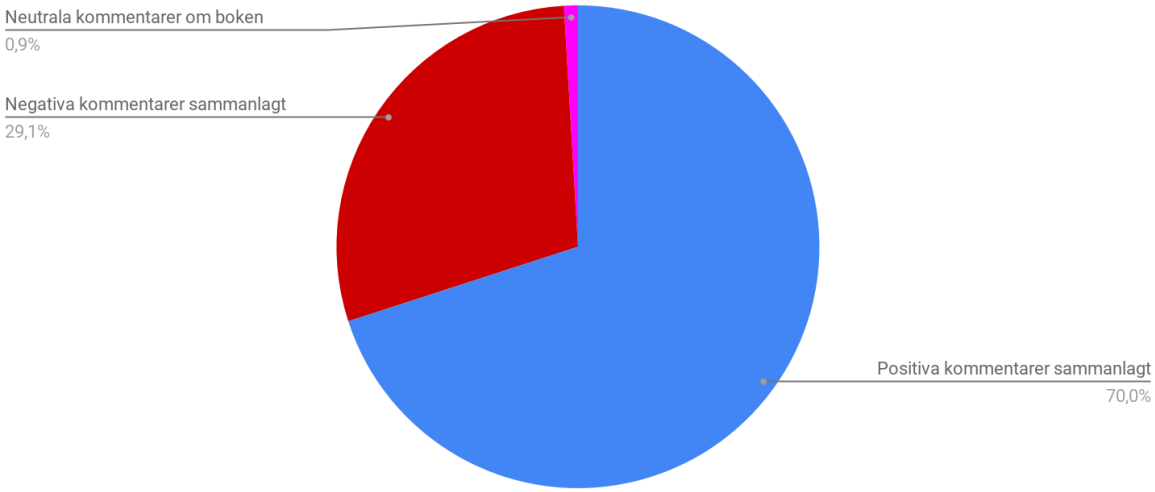
Beskrivning figur 1: Med sammanlagda kommentarer av alla inlägg som studerades in var det 2324 kommentarer. Ställningstagandet som dominerar i kommentarsfälten är "Positiva kommentarer om boken" som är 33.4% av alla kommentarer. Det näst största

ställningstagandet är "ej relevant/identifierbart" som består av 15.4% av kommentarerna. Det tredje största ställningstagandet är "Användare som diskuterar boken" med 14.5% av kommentarerna. Vidare på plats fyra är de "kritiska kommentarerna om boken" med 13.9%. Plats fem är det "positiva kommentarer om Oprah/bokklubben" med 9.6%. Sjätte plats "positiva emojis" med 5.7% och sjunde plats kommer "negativa kommentarer om Oprah Winfrey/Bokklubben" med 5.3%. De "negativa emojis" kom på åttonde plats med 1%. "Neutrala kommentarer" fick 0.6%. Det ställningstagande som var minst förekommande var "Oprah/klubben kommenterade tillbaka på kommentarer", vilket var endast 0.5% av kommentarerna.



Beskrivning figur 2: Figuren ovan hur ställningstagandet i kommentarsfältet skiljer sig mellan de 10 inläggen. Positiva kommentarer är mest förekommande, förutom inlägget när Oprah Winfrey introducerade boken *American Dirt*. Den fick minst positiva kommentarer. Inlägget efter är när Oprah förklarar varför hon valde den boken. Det inlägget gav mer positiv respons och efter det så minskade negativa kommentarer. Sammanlagt 1794 kommentarer.

Figur 3.



Beskrivning figur 3: Nu har alla positiva kommentarer inklusive positiva emojis (1132 kommentarer) och alla negativa kommentarer inklusive negativa emojis (470 kommentarer) slagits ihop. Resultaten visar att tonen som dominerar i kommentarsfälten är "positiva kommentarer", som är 70% av kommentarerna. Näst vanligt förekommande är tonen "Negativa kommentarer" med 29.1% av kommentarerna. Kommentarer med "neutrala" kommentarer" ton var 0.9% av kommentarerna.

9. Analys

9.1 Oprah och parasociala relationer

I detta avsnitt analyseras resultatet av kommentarerna på Oprah's Book Club. Oprah's Book Club har idag mer än 576 000 följare på Instagram. Oprah har lyckats med sin bokklubb på Instagram för hon har ett personligt engagemang och ett driv för att hålla sig aktiv där. Undersökningens resultat visar att majoriteten av inläggen var positiva till *American Dirt*. En förklaring till att användarna kommenterar överhuvudtaget kan vara att de tycker sig ha en relation till Oprah, en parasocial relation.[32] Användarna som skriver kommentarer kan känna att de har en relation till Oprah eftersom de ser henne publicera inlägg på Instagram. När Oprah gör något som följaren inte gillar kan hen bli

[32] Horton & Wohl, 1956.

lika besviken på henne som på en riktig kompis. Känslorna för Oprah's Book Club's Instagramprofil kan vara lika stark som för en riktig person, enligt begreppet parasociala relationer.[33] Det kan vara en anledning till att det var så många kommentarer som var polariserade. Många av användarnas kommentarer var antingen positiva eller negativa till Oprah's val av boken *American Dirt.* Neutrala kommentarer är minst vanliga, vilket också kan förklaras med parasociala relationer. Eftersom användarna känner en stark koppling och relation till Oprah som person så reagerar de också känslomässigt starkt på inläggen. Ett exempel är att de kunde kommentera kritiskt till boken men positivt till Oprah. Det kunde se ut så här "Oprah I love you and admire you but choosing this book is just wrong. This book is racist." Det innebär att de känner att de antingen måste reagera positivt eller negativt på Oprah.

De flesta kommentarerna var positiva till inläggen, 70%. Dessutom visar resultatet att de flesta är positiva till boken *American Dirt*, 33,4%. När användarna är negativa är de framförallt negativa till boken. Resultatet kan förklaras med parasociala relationer. När en användare känner en stark parasocial relation till Oprah kan hen känna ett behov av att uttrycka sig positivt, precis som att vilja uttrycka sig stöttande till en vän. I detta fallet ville kommentarsförfattarna antingen uttrycka sig positiva eller kritiska till boken. Detta visar vilken betydelse Oprah har för sina Instagramanvändare.

Men självklart finns det undantag och det gäller oftast längre positiva kommentarer. En användare kommenterade ett Instagramvideoinlägg från 5 mars 2020 med titeln "Who has the right to tell what stories? "American Dirt" author Jeanine Cummins sits down with Oprah this Friday, March 6th on Apple TV+". Kommentaren var positiv till Oprah's val av bok:

> Coming from (and residing in)Japan, we don't have a chance to hear about stories of the suffering of Mexican immigrants and of their journey. For readers who don't live in North America and are not Caucasians or Latino and who aren't entangled in such discussion as 'who's entitled to write about Mexicans immigrants who risk their lives to go to the US' , the book is valuable in that it gives readers (such as myself) a chance to empathize with the characters and learn from the story. To put it short, readers in different parts of the world have different perspectives. Although I haven't read the book yet, I'll definitely give it a try, make a journey with the characters, learn

[33] Chung & Cho, s. 148.

> from them and live the story with them. Also, I hope that the experience will be the gate to other Latino readers' books.

Den här positiva kommentaren genererade sju svar som höll med och var stöttande till Oprah's val av boken *American Dirt*. Som den tidigare diskussionen visar kan kommentarsförfattarna känna en stark relation till Oprah som person och vill därför stötta Oprah till hennes val av bok och hennes inlägg.[34] Det kan vara en förklaring till varför stöttande kommentarer genererar många svar.

Kändisens marknadsföring via sociala media har visat sig ge positiva effekter på kändisens egna varumärke och fansens lojalitet till kändisen.[35] Oprah's Book Club's Instagramkonto är också en positiv förstärkning av Oprah's Book Club's varumärke eftersom relationen till bokklubbens medlemmar blir mer äkta och trovärdig. Detta gör att följaren vill engagera sig mer i bokklubbsdiskussionerna.

Offentliga personer använder också Instagram för samarbete med företag genom att göra reklam som är riktad till deras följare. Även Oprah samarbetar med företag. Som det tidigare nämnts har hon just nu ett marknadsföringssamarbete med Apple TV+. Det innebär att Instagram blir en social plattform där Oprah kan bygga sitt bokklubbsvarumärke men också göra reklamsamarbete med företag.

Instagramvideor gör så interaktionen känns mer levande. Användaren som tittar på videon känner sig närmare Oprah, nästan som att tittaren och Oprah är i samma rum.[36]

9.2 Oprah's Book Club's litterära diskussioner

Kommentarer om boken som får flest svar och utvecklar sig till diskussioner är mestadels kommentarer som är kritiska till boken. Kommentarer som är neutrala eller positiva till boken får oftast inga svar, till exempel kommentaren: "I recently finished the book American Dirt and I have to say I loved it!! When I keep thinking about the characters in a book after I'm done, I know it's good. It was gripping and had my heart pounding the whole time!!!" Detta tyder på att det är mestadels de kritiska kommentarerna som engagerar människor att delta i diskussionen. Som diskuterat ovan

[34] Horton & Wohl, 1956.
[35] Chung & Cho 2017, s. 481.
[36] Lindsay Ellis, "YouTube: Manufacturing Authenticity (For Fun and Profit!)", https://www.youtube.com/watch?v=8FJEtCvb2Kw&t=8s, hämtad 11 maj 2020.

så kan kommentarsförfattaren känna en stark relation till profilen och vill därför försvara eller kritisera profilens inlägg. Detta kan förklara varför kommentarer som antingen kritiserar eller stöttar inlägget genererar mest svar.

En annan förklaring till att kommentarer får många svar är för att de tar upp emotionella värden: "It was gripping and had my heart pounding the whole time!!!" Kommentaren förmedlar emotionella värden som uppstod vid läsningen. Känslor kan användas som argument om texten är bra, även om läsningen ger en obehaglig känsla framstår den som positiv för läsaren. Böcker ska gärna väcka känslor hos läsaren, ge nya insikter och känslomässiga reaktioner för att värderas som bra.[37] Att boken väcker emotionella känslor är också en bra marknadsföringsstrategi, eftersom det gör berättelsen mer trovärdig. Detta är en strategi för att sälja in boken hos läsarna. Det innebär att fler engagerar sig i boksamtalet och potentiella nya följare kan engagera sig i diskussionerna.[38]

Det finns olika perspektiv på läsning och litteratur som tar sig uttryck hos bokklubbens deltagare. Vissa läsare känner en koppling till romanen på ett personligt plan. En läsare skriver i ett inlägg från den 8 mars 2020: "one chapter left and I'm afraid to keep reading because I feel like I know the ending will make me sad".

En del läsare var omedvetna om kontroversen kring boken och skapade sig en egen uppfattning om den. I en annan kommentar till inlägget från 8 mars 2020 skriver en läsare: "I read the first few pages of American Dirt in a chapter sample. I bought the book unaware of the bookclub or its controversy. I absolutely loved this book!! Couldnt put it down. ❤️ It bought me smiles and tears and a new awareness before even hearing of the controversy! Thank you Jeanine ❤️❤️❤️" Många av läsarna tycker att boken är bra, eftersom den får dem att reflektera över boken känslomässigt. Boken inger läsarna olika känslor, alltifrån tårar till lycka.

Boksamtalen är mestadels ytliga i de första inläggen. Kommentarerna diskuterar inte boken på djupet. Många läsare skriver: "I loved this book", men utan att berätta varför den är bra. En läsare skriver varför hen anser att boken är bra: "I couldn't put this book down!! I love that I couldn't stop thinking about it and the perspective it gave

[37] Lina Samuelsson, *Kritikens ordning: svenska bokrecensioner 1906, 1956, 2006*, Karlstad: Bild, text & form 3013, s. 135f.
[38] Kotler 2013, s. 9.

me on the immigration crisis in the US! I've recommended to everyone I know that they need to read this one!"

Kunskapsvärden handlar om kunskap om till exempel samhället eller kunskap om världen.[39] Det finns olika kunskapsvärden som ett verk kan ha: historiska, sociala och politiska. Oprah kan till exempel ta upp aktuella samtida ämnen som klass och etnicitet för att engagera läsarna ännu mer. Läsaren kan få kunskaper om den mänskliga existensens villkor och moraliska frågor.[40] Kommentarerna skriver ofta om den samhälleliga kontexten som boken *American Dirt* har. Många läsare tycker den är bra för boken ger emigrationen till USA ett nytt perspektiv på flyktingkrisen. Det som beskrivs som positivt med boken är oftast de kunskapsvärden som boken ger om mexikanska flyktingar. Men få användares kommentarer analyserar karaktärerna och bokens handling. Kommentarerna är oftast antingen positiva eller negativa, om de tycker boken är bra eller dålig. Det kan bero på att vad som anses som en bra bok beskrivs ganska oklart. Det viktiga är att säga sin åsikt och många skriver att boken är bra men beskriver inte varför den är bra, vilket enligt Simone Murray är en slående aspekt som läsare anser sig ha i sociala medier. "In fact, the single most striking aspect of socially networked reading is that ordinary readers feel entitled to cast critical judgement, for a global audience, on what they are reading."[41]

Det första inlägget om boken har flest negativa kommentarer, men i två Instagraminlägg från den 5 och den 7 mars 2020 från Apple TV+ har Oprah en

[39] Forslid m.fl., 2015, s. 75.
[40] Forslid m. fl. 2015, s. 21.
[41] Simone Murray, *The Digital Literary Sphere. Reading, writing, and selling books in the Internet Era*, Baltimore: John Hopkins UP 2018, s. 158f.

diskussion med författaren Jeanine Cummins. I diskussionen ser man att de flesta kommentarerna övervägande är positiva till boken och till diskussionen. Ett exempel från en användare som tycker att diskussionen är bra: "Great Discussion! The interviews were so moving I cried through the second segment. Bravo Oprah!"[42]

En anledning till att kommentarerna blir övervägande positiva kan bero på att Oprah intervjuar författaren i inlägget. Det är svårt för en författare att synas i mängden, därför blir en intervju på sociala medier ett snabbt och lätt sätt för läsaren att få kontakt med författaren. Kommentarerna gick från att de användare som kommenterade negativt och syntes mest i början gick från att vara mest negativa i det första inlägget om boken till att de syntes betydligt mindre och de mer positiva kommentarerna började ta över. Läsaren kan i inlägget se författaren diskutera boken med Oprah och det är en möjlighet för författaren att skapa sig en författaridentitet.[43] Instagram är en säljplattform för författare och det är en chans för författaren att visa upp sig och knyta an till läsare och få en mer personlig kontakt vilket kan generera fler potentiella läsare. Intervjuer är en stor fördel för författaren eftersom det ofta går att få en stor publik på kort tid då nyheter och information sprids snabbt. Genomtänkta uppdateringar och positiva kommentarer kan spridas väldigt fort och kan i längden generera fler potentiella läsare. Det blir en positiv marknadsföring för boken. Författaren kan utmärka sig och få chans till uppmärksamhet och genomslag. Det är viktigt att locka läsarna med intressanta och informativa inlägg för att lyckas. Förr delades läsupplevelser i bokklubbar i verkligheten, men idag är många som diskuterar litteratur i bokklubbar online. Det är oftast enklare för läsarna att söka upp och kommentera böckerna på nätet än att komma till bokklubbens möte. Merparten av läsarna befinner sig online, på Instagram och Facebook eller bloggar, så det är viktigt för författaren att synas där. Oprah försökte bygga upp ett varumärkesliknande anseende med hjälp av sin marknadsföring kring författarens verk genom att lägga fokus på verket i stället för på författaren. Bilden av författaren konstrueras inte bara genom författarens eget agerande i den mediala offentligheten.[44]

Oprah har alltid uppmuntrat sina följare att läsa böcker, men har aldrig fått någon uppmuntran av kännarna inom det litterära fältet: "Yet when Oprah publicly

[42] Oprah's Book Club, *Instagram*, Inlägg 7 mars 2020.
[43] Simone Murray, *The Digital Literary Sphere: Reading, Writing and Selling Books in the Internet Era*, Baltimore: Johns Hopkins University Press 2018, s. 25.
[44] Forslid & Ohlsson, 2011, s. 49.

demonstrated the joys of reading and encouraged millions of people to make time for good novels, why weren't serious readers, professors and teachers the first to jump on the Oprah bandwagon?"[45]

Men en läsare, som kommenterar inlägget från den 7 mars 2020, tycker att diskussionen kring bokens handling har försvunnit i kontroversen och att det är synd: "It was a great show. I just wish they had discussed the plot,characters,passages from the book. I think the book itself got lost in the controversy. What a shame!"[46]

Det är uppenbart att författaren Jeanine Cummins inte har fått ta stor plats i Oprah's inlägg. Vilket säkert också påverkat att det inte blivit en riktig diskussion kring boken. Den boken som var månadens bok direkt efter *American Dirt* var *Hidden Valley Road* och författaren har fått vara med på många intervjuer och Instagramlives med Oprah. Detta vet vi för vi har varit närvarande på Instagramliven. Boken har en mer fördjupad diskussion kring karaktärer och handling jämfört med *American Dirt*. Författaren till boken *Hidden Valley Road*, av Robert Kolker, lyftes fram i egenskap av sin yrkesroll och verk, men det var boken som framhävdes mest. Att boken handlade om psykisk ohälsa lyftes fram och många experter inom psykisk ohälsa intervjuades av Oprah.

[45] Konchar Farr 2005, s. 80.
[46] Kommentar till inlägg från Oprah's Book Club, *Instagram*, inlägg 7 mars 2020, hämtad 27 maj 2021.

Författaren till *Hidden Valley Road* hyllades mer för sin bok till skillnad från författaren till *American Dirt* där det var mycket fokus på författaren som hade "fel" bakgrund för att skriva en bok om mexikansk invandring till USA.

Oprah hade långa lässcheman med videoinlägg där hon diskuterade med användarna vecka för vecka om boken *Hidden Valley Road*. Det hade hon inte för boken *American Dirt* som hade ett mycket kort lässchema och ingen diskussion alls med användarna om bokens olika kapitel. Till inläggen *Hidden Valley Road* pratade Oprah om kapitlen i olika diskussionstillfällen och uppmuntrade användarna att diskutera kapitlen. Oprah är mycket bra på att göra användarna medvetna om nya böcker som de annars inte skulle ha hört talas om, men hon var inte lika bra på att visa medlemmarna hur de ska läsa boken *American Dirt* i lässchemat. Läsarna får lite möjlighet att faktiskt läsa och engagera sig.[47] Bokklubben rekommenderar böcker mer än vad de försöker få medlemmarna att läsa böckerna.

[47] Sara Fay, "What's Missing From Oprah's Book Club 2.0", *The Atlantic*, 18 juni 2012, https://www.theatlantic.com/entertainment/archive/2012/06/whats-missing-from-oprahs-book-club-20/258141/,
hämtad den 20 augusti 2020.

Bild 1: Lässchema för *American Dirt*
Bild 2–4: Lässchema för *Hidden Valley Road*

Författaren till *American Dirt* blir igenkänd som en litterär celebritet. Många användare kommenterar och har en åsikt om hennes bok trots att de inte läst den. Detta är typiskt för just litterära kändisar enligt Forslid och Ohlsson. De litterära celebriteterna blir igenkända trots att allmänheten ofta inte har läst deras böcker.[48]

Jeanine Cummins behöver medias hjälp för att kunna uppnå kändisskap, precis som andra litterära författare. Oprah omnämner författaren och låter henne medverka i mediala sammanhang, men det är mycket lite medial uppmärksamhet hon får jämfört med andra författare i bokklubben. Medierna har ett stort inflytande på läsarna och kan välja att rikta informationen till antingen hens fördel eller nackdel. I detta fall blir informationen missriktad till författarens nackdel när Oprah väljer en redan kritiserad bok till sin bokklubb. Men när Oprah framträder i hennes första inlägg med ett videoklipp blir kommentarerna mer positiva. Det visar hur medier med samtalsämnen och intervjuer kan gestalta en ny bild av författaren. Det kan göra så att användarna får en ny uppfattning av författaren än vad den tidigare profilerat sig som.[49]

[48] Forslid & Ohlsson 2009, s. 23.
[49] Joe Moran, Star Authors: Literary Celebrity in America, London/Sterling: Pluto Press 2000, s. 62.

9.3 Oprah's Book Club's betydelse för sina medlemmar

Oprah's Book Club har olika betydelser för sina medlemmar, både för- och nackdelar. Fördelarna är att läsare, som av olika anledningar inte vill bli medlemmar i en fysisk bokklubb, enkelt kan läsa kommentarerna om Oprah's valda bok online. Det finns en större frihet för läsarna att själva kunna styra över vid vilka tillfällen och om de vill delta i diskussionerna. För de som har lättare att uttrycka sig i skrift än att prata i grupp, är den virtuella bokklubben att föredra än den fysiska. En virtuell bokcirkel ger också chansen för användaren att vara anonym vilket betyder mycket för många.[50] Bokklubben online innebär både frihet och valmöjligheter. Användarna har inte samma press, som i en fysisk bokklubb, att kommentera boken. Kommentarsfälten kan förstås vara en plats för läsare att diskutera med andra personer som har läst boken, men det behöver inte vara så. Som Pia Södergård skriver kan bokklubbar online innebära en virtuell gemenskap för personer som har liknande intressen.[51]

Oprah's Book Club 2.0 är mer varierad än en fysisk bokklubb. Eftersom det inte finns några möten kan användarna när som helst diskutera med varandra utan att regelbundet träffas för att diskutera boken. Det är inget krav att vara medlem i Oprah's Book Club, utan vem som helst kan diskutera boken på Instagram. Fysiska bokklubbar har oftast ett begränsat antal platser, men Oprah's Book Club 2.0 har inga sådana begränsningar. Det är en demokratiserande effekt när det enda som krävs är ett konto på sociala medier. Det händer att Oprah's bokklubb publicerar inlägg där de frågar läsarna om vad de tycker kring den valda boken och de vill att deltagarna ska dela med sig av sina åsikter. Men det är helt upp till användarna vad som ska diskuteras i kommentarsfälten. En problematik i diskussionerna är att kommentarerna inte är synkrona och omedelbara, användarna diskuterar oftast inte boken samtidigt vid en viss tidpunkt med varandra. Det kan vara en anledning till att diskussionerna inte blir lika fördjupade som det blir i en fysisk bokklubb. Eftersom läsarna inte behöver känna sig pressade inför att läsa boken kan risken bli att deltagarna inte är insatta i boken som diskuteras. Snarare började användarna, som inte ens hade läst boken, diskutera rasfrågor och de kom in bara för att skapa debatt och få till en kommentarsstorm. Därför

[50] Mary K. Chelton, "When Oprah meets e-mail: Virtual book clubs". *Reference and User Services Quarterly*, vol. 41, 2001, nr 1, s. 32.
[51] Pia Södergård, "Virtuell gemenskap: Ett informationsvetenskapligt perspektiv på ungdomars cyberkultur", Åbo: Åbo Akademis förlag. (Ekonomisk-statsvetenskapliga fakulteten). Diss. Åbo Akademi 2007, s. 123.

blir det inte ett samtal om själva boken utan diskussionen kan handla om helt andra ämnen och det kan dra fokus från berättelsen. Flera kommentarer handlar om läsare som inte har råd att prenumerera på Apple TV+ där Oprah har intervju med författaren: "I want to watch but I cannot afford another TV subscription."[52]

Många av läsarna kanske inte vill eller har tid att delta i diskussionerna, istället väljer de att läsa inläggen och kommentarerna. Att välja att inte kommentera inläggen formar också en identitet. Enligt forskaren Petra Södergård formas identiteten lika mycket av ett deltagande och icke-deltagande.[53] Varje litet beslut som en person gör eller avstår från att göra formar identiteten.

Det fanns många spontana och ogenomtänkta kommentarer som regerade i de första inläggen, något som senare visade sig vara ett försök till litterärt samtal där de diskuterade kring boken och bokens karaktärer. Men de diskussionerna var inte lika djupgående som i fysiska bokklubbar. Negativa kommentarer påverkade de framtida inläggen som skapades. Här syns hur kraften av emotionella värden spelar in när Oprah begränsar författarens roll i månadens bok.[54] Det märktes tydligt på Instagraminläggen från Apple TV+ att det började handla mer om den mexikanska flyktingfrågan. I det sista inlägget försökte Oprah lägga fokuset på flyktingfrågan genom att publicera information om organisationen "Rescue Org".[55] Det väckte emotionella känslor och många användare tyckte att det var en viktig fråga. Fokuset gick från att många användare var kritiska till valet av bok till att många tyckte att *American Dirts* ämne var ett bra val som tog upp en relevant fråga som var rätt i tiden. Det kan ha varit en marknadsföringsstrategi att gå från att diskutera boken till att diskutera flyktingfrågan för att bevara Oprahs rykte.[56]

Det är många som vill uttrycka sin åsikt och kommentera boken *American Dirt*. Oprah's Book Club liknar en fysisk bokklubb på så sätt att läsare diskuterar och värderar litteratur. Många av de grundläggande principerna med läsecirklarna är att bekräfta sin egen läsning.[57] Även i onlinebokklubbar gäller det att ha en åsikt om böcker och bekräfta sig själv. Det stämmer överens med Södergårds beskrivning av forskarna

[52] Kommentar till inlägg från Oprah's Book Club, *Instagram*, inlägg 4 mars 2020, hämtad 27 maj 2021.
[53] Södergård 2007, s. 55.
[54] Forslid m. fl. 2015, s. 76.
[55] Inlägg från Oprah's Book Club, *Instagram*, inlägg 11 mars 2020, hämtad 27 maj 2021.
[56] Baverstock 2015, s. 18.
[57] Ann Steiner, *Litteraturen i mediesamhället*, Studentlitteratur 2019, s. 241.

Rutter och Smith's undersökning där de "har påvisat hur umgänget i virtuella gemenskaper genomsyras av ritualer vars djupare mening är att bekräfta gemenskapen."[58]

Cecilia Konchar Farr skriver i *The Oprah Affect* att vad som krävs för att det ska bli en givande diskussion är att deltagarna i en bokklubb öppnar upp sig, inte bara inför att läsa boken, utan också för andra deltagare i gruppen. De måste alltså utmana bilden av den ensamme läsaren. Oprah visste att detta var viktigt för bokklubben och försökte positionera en atmosfär som uppmuntrar engagemang med andra deltagare i gruppen.[59] Oprah har alltid i sin bokklubb uppmanat sina följare att personligen relatera till huvudpersonerna och uppleva böckerna i relation till sina egna liv.[60] På grund av detta verkade det inte tillåtet för varken Oprah eller läsarna att vara kritiska till böckerna i bokklubben. Det händer att Oprahs utvalda böcker blir kritiserade av läsarna, men det är mycket ovanligt.[61] När boken *American Dirt* blev mycket kritiserad av användarna på sociala medier avslutade Oprah diskussionen av boken tidigare än vad hon gjort med andra böcker. Oprah insåg att hon inte hade rätt att uttala sig om den mexikanska flyktingfrågan. Hon förstod snabbt att hon inte hade tolkningsföreträde och det var en av anledningarna till att bokklubben avslutade *American Dirt* tidigare än planerat. I början av inläggen dominerade kommentarsfälten om att varken Oprah eller författaren Jeanine Cummins hade tolkningsföreträde.[62] Det var till exempel därför författaren inte fick närvara på fler inlägg och inte delta på Instagramlives med Oprah. Att Oprah vill koppla litteraturen till läsarnas liv kan bero på att Oprah alltid har motsatt sig idén om litteraturen som en hög konstform som endast ett fåtal professionellt tränade akademiker kan förstå.[63] Av den orsaken publicerades ett videoklipp med Oprah som förklarade varför hon ansåg att det var skönlitteratur och att det inte var en biografi.

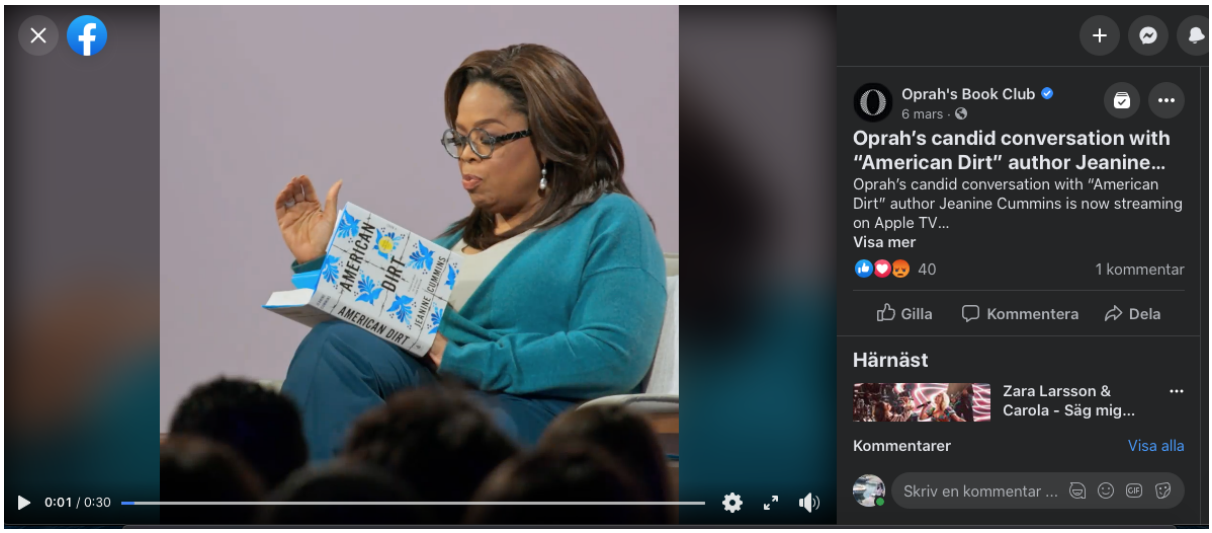
[58] Södergård 2007, s. 68.
[59] Konchar Farr 2008, s. 121.
[60] Rooney 2005, s. 24.
[61] Rooney 2005, s. 25.
[62] Kommentarsfältet till inlägg från Oprah's Book Club, *Instagram*, inlägg 21 januari 2020, hämtad 27 maj 2021.
[63] Rooney 2005, s. 31.

9.4 Interaktionen från andra sociala medier

Vid undersökningen av andra månadsböcker uppmärksammades att Instagraminläggen var betydligt mer ingående och engagemanget från Oprah Winfreys sida betydligt större. Ett exempel är boken *Deacon King Kong* (2020), som Oprah försöker diskutera med sina följare genom att publicera ett videoinlägg 27 juli 2020 med frågor som följarna kan svara på i kommentarerna.

Alltifrån livesändningar mellan författaren och Oprah Winfrey till att författaren själv fick betydligt större plats i månadens bok. Sekundärmaterialet omfattar även bokklubbens Twitter och Facebooksida. På Twitter fanns inte litterära diskussioner då bokklubben mestadels retweetade någon användares åsikt kring boken eller hade en "call to actions" knapp om att köpa boken. På Facebook publicerades likadana inlägg som på Instagram, men deltagandet från användarna var inte lika engagerande. Till

exempel publicerade Oprah's Book Club, den 6 mars 2020, både på Facebook och Instagram, ett videoinlägg från Oprah's intervju med Jeanine Cummins. På Facebook fick inlägget en kommentar och på Instagram fick samma inlägg 148 kommentarer.[64]



På Twitter publicerade Oprah's Book Club samma videoinlägg den 6 mars 2020 och inlägget fick 5 kommentarer.[65]

[64] Oprah's Book Club, *Facebook*, https://www.facebook.com/OprahsBookClub/, hämtad 27 maj 2021.
[65] Oprah's Book Club, *Twitter*, https://twitter.com/oprahsbookclub, hämtad 27 maj 2021.

Efter boken *American Dirt* var bokklubbens utvalda bok *Hidden Valley Road* av Robert Kolker. Bokklubben lyfte författaren och boken på ett annorlunda sätt än vad den gjorde med boken *American Dirt*. Oprah livade mycket med författaren Robert Kolker och författaren syntes mycket på bokklubbens Instagraminlägg och händelser där användarna kunde ställa frågor till författaren. *Hidden Valley Road* blev en bästsäljare i USA och kom i maj 2020 med på topplistan i *New York Times*.[66]

9.5 Instagraminlägg som genererat högst deltagande

Av de 10 inläggen som valdes var det tre av dem som fick flest kommentarer. Skärmdumpar togs på bilderna och det förklarades varför första inlägget gav mycket diskussion. Oprah's Book Club's första inlägg om boken *American Dirt* den 21 januari 2020 genererade 1 117 kommentarer. Oprah presenterade boken och förklarade varför hon valde den, vilket fick många kommentarer som framförallt var negativa till valet av bok. Negativa kommentarer som: "This book is garbage", var vanliga i kommentarsfältet.[67] Men det fanns några som var positiva till boken *American Dirt* och det var oftast de som läst boken som var positiva till den: "Reading it now, and so glad I didn't listen to the haters."[68] Kommentaren tar upp emotionella värden som många av användarna gör som läst boken.

[66] "Hardcover Nonfiction", *New York Times*, 17 maj 2020, https://www.nytimes.com/books/best-sellers/2020/05/17/hardcover-nonfiction/ hämtad 16 augusti 2020.
[67] Kommentar till inlägg från Oprah's Book Club, *Instagram*, inlägg 21 januari 2020, hämtad 27 maj 2021.
[68] Kommentar till inlägg från Oprah's Book Club, *Instagram*, inlägg 21 januari 2020, hämtad 27 maj 2021.

Till skillnad från andra fysiska eller virtuella bokklubbar finns Oprah inte närvarande som bokklubbsledare och hon svarar nästan aldrig på kommentarer. När boken *Hidden Valley Road* valdes av bokklubben publicerade Oprah ett inlägg på sin privata Instagram: "My next book club selection is "Hidden Valley Road: Inside the Mind of an American Family" by @bobkolker." En kommentar frågade Oprah: Can you say "hey" to me Oprah? Coz i like sooo much" och Oprah svarade:

Oprah's kommentar fick 841 likes, men kommentaren var från Oprah's egna Instagramkonto och inte från bokklubbens. Detta visar Oprah's roll som kändis. Hon är lite närvarande, men när hon väl interagerar med sina följare får hon stort genomslag. Oprah är mer distanserad till bokklubben än vad andra kändisar är till sina bokklubbar. Ett exempel är Reese's Book Club som leds av Reese Witherspoon och som idag har 2 miljoner följare på Instagram. Nästan alla kommentarer som skriver något positivt om bokklubben eller den utvalda boken får en gilla-markering av Reese's Book Club. Vilket nästan aldrig Oprah's Book Club gör. En förklaring till att Reese's Book Club är större än Oprah's på Instagram kan vara på grund av parasociala relationer. Följarna känner att Reese är nästan som en kompis, eftersom hennes bokklubb svarar på många

kommentarer eller i alla fall gillar dem. Oprah gillar eller kommenterar nästan aldrig på sin bokklubb vilket skapar en distans till hennes följare. En tolkning kan vara att Oprah inte har ett intresse eller ett behov av att kommunicera med bokklubbens medlemmar på samma sätt som Reese gör. Eventuellt så kommunicerar Oprah med sina användare på andra sätt.

Oprah strävar mycket efter att stödja amerikansk läskunnighet och främja en kvinnlig läsekrets som hon i sin maktposition som intellektuell kraft och kulturell auktoritet har möjlighet till. Hon lyckades med att göra bokdiskussionen av *American Dirt* till mer än bara marknadsföring av boken.[69]

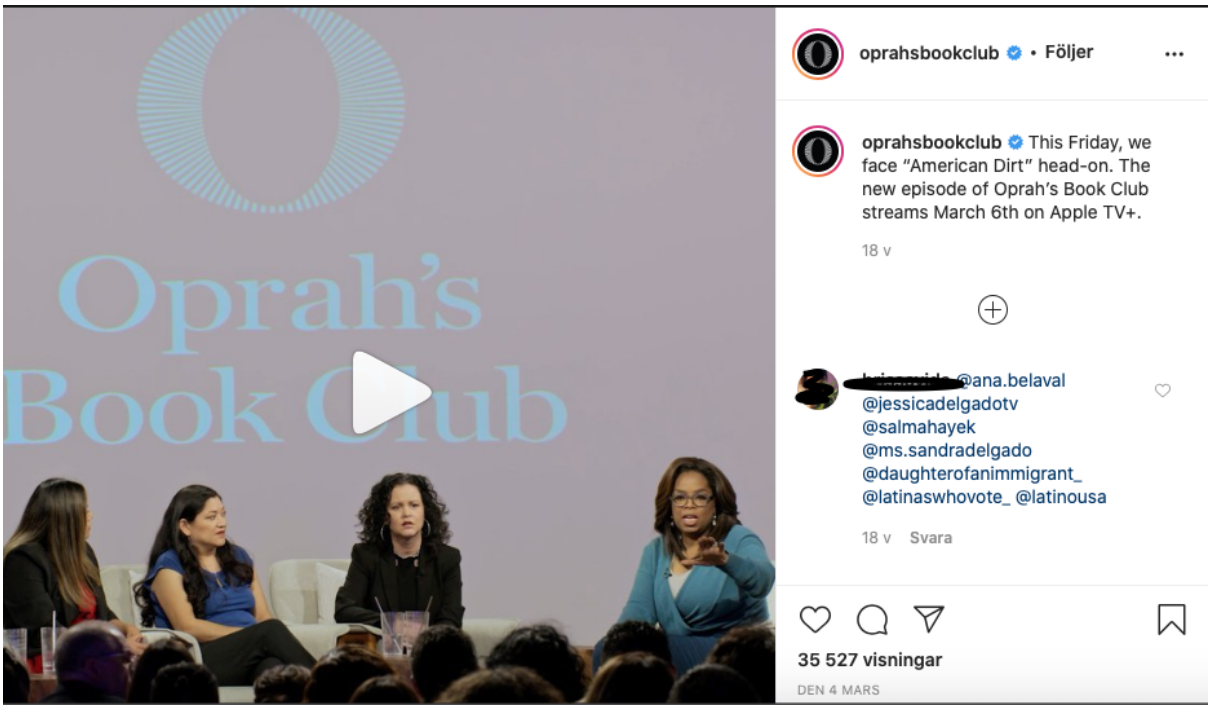
Oprahs andra inlägg om boken *American Dirt* publicerades den 26 januari 2020 och genererade 1 280 kommentarer.

[69] Rooney 2005, s. 31.

Oprah's framträdande och samtal med Instagramanvändarna varierar på olika sätt och har olika syften. Även om hennes framträdande för användarna som person varierar så är det Oprah som kändis som är det centrala. Litteraturvetarna Torbjörn Forslid och Anders Ohlsson skriver om celebritetskulturen i boken *Författaren som kändis* (2011) och enligt deras studie är det själva upplevelsen som är det centrala genom att få möjlighet att interagera med kändisen, lyssna på och samtala med Oprah även om det bara sker online.[70] Författarna kan styrka sin relation till användarna, vilket sedan bidrar till att stärka helhetsintrycket. Läsaren får en tydligare bild av författaren och en känsla av att de får ta del av "den riktiga" författaren.

Det tredje inlägget som fick mest kommentarer var ett videoinlägg från den 4 mars 2020, som visar intervjun med författaren till boken *American Dirt*. Nu börjar kommentarerna bli mer positiva än tidigare. En användare skriver: "Mind changed heart open - that's the value of the book. We all understand the struggle, fear and the "Why" more. That matters. Loved this book, I learned so much." Ett viktigt kriterium för läsning är kunskap och att boken ska lära läsaren om världen. Det finns olika sorters kunskapsvärden, till exempel hur verkligheten porträtteras i litteraturen, liksom hur kulturella och historiska händelser skildras. Det finns också kunskapsvärden kring hur etiska och moraliska dilemman skildras i litteraturen.[71] I kommentaren ovanför är användaren mycket positiv till boken och poängterar de kunskapsvärden som boken ger. Det märks hur författarens närvaro kan göra stor positiv skillnad. Det är viktigt att skapa en bra relation mellan författaren och läsarna.[72] Videoinslag är centrala för att skapa en celebritetskultur. Till viss del beror det på dagens medialiserade värld som längtar efter något autentiskt. Videoinslag är också det medium som når ut till flest användare. Att synas genom både bild och ljud ger störst publicitet. Författare som framförallt syns live ger större trovärdighet, eftersom sändningen inte blir redigerad i efterhand. De samtalsämnen som Oprah tar upp i intervjun kan gestalta en positivare bild av författaren. Allmänheten får då en ny bild av författaren och ger mer positiva kommentarer. För litterära celebriteter är det böckerna som lägger grunden till kändisskapet, men det är den mediala exponeringen online som är själva förutsättningen för kändisskapet.[73]

[70] Torbjörn Forslid & Anders Ohlsson, *Författaren som kändis*, Roos & Tegnér, Malmö, 2011, s. 10.
[71] Forslid m. fl. 2015, s. 75.
[72] Torbjörn Forslid & Anders Ohlsson, *Fenomenet Björn Ranelid*, Lund: Studentlitteratur 2009, s. 115.
[73] Forslid & Ohlsson, 2011, s. 49.



10. Sammanfattning

I vår uppsats undersöktes kommentarerna till 10 inlägg om boken *American Dirt* på Oprah's Book Club's konto på Instagram. Inläggen brukade bestå av ca 100 kommentarer men när Oprah tillkännagav månadens bok *American Dirt* var kommentarerna över 1000. Boken är kontroversiell och det påverkade vårt resultat och den ger en bild av hur det kan se ut när en omdiskuterad bok debatteras online. Boken står ut i mängden bland de andra böckerna som valts till bokklubben, men den valdes för att den var närmast i tid efter den bok som diskuteras nu i bokklubben. Att följa en bok som har blivit så kritiserad ger ett annorlunda perspektiv, eftersom det var många fler negativa kommentarer, än om vi hade valt en annan av bokklubbens böcker. Boken gav undersökningen en bild av hur det kan se ut i kommentarsfälten när Oprah väljer en omdiskuterad bok till sin bokklubb. När andra månader undersöktes fanns det diskussioner i kommentarsfälten, men *American Dirt* väckte mycket mer negativa diskussioner än andra böcker. Vad boken *American Dirt* inte gav undersökningen var hur kommentarsfälten vanligtvis brukar se ut när Oprah väljer en bok som inte är omdiskuterad men även hur Oprah's engagemang att marknadsföra boken. Resultatet

visade att boken som valdes hade fler positiva än negativa kommentarer vilket väckte vårt intresse eftersom boken var avvikande. Samtidigt var det intressant för det väckte nyfikenhet om vem som har företräde att skriva böcker om kontroversiella ämnen som rasism, diskriminering och offentliga människors makt över privatpersoner. Vår uppsats ledde in till andra ämnen som är intressanta att diskutera vidare och kan leda till ytterligare forskning.

Boken *American Dirt* lockade fram många diskussioner och det som var intressant var att det gick från många negativa kommentarer till mer positiva. Vid en jämförelse med andra månader fanns det inte liknande mönster, eftersom den här boken *American Dirt* var avvikande. Användarnas kommentarer bygger ofta på emotionella värden och virtuell gemenskap eftersom de känner en stark koppling och relation; det vill säga en parasocial relation till Oprah. Det är en marknadsföringsstrategi som Oprah använder, liksom många andra kändisar gör så förstärks varumärket med hjälp av parasociala relationer. Oprah's marknadsföring via hennes bokklubb förstärker hennes egna varumärke och när Oprah förklarade sig själv genom videoklipp om varför hon valde boken så valde användarna att förstå och stötta henne. Oprah's relation till gruppens användare blir på så sätt en trovärdig virtuell gemenskap och skapar en parasocial relation. Det gör att följaren vill engagera sig mer i bokklubbsdiskussionerna.

American Dirt har en likhet med andra böcker i bokklubben och det är att diskussionsnivåerna var lika höga, fastän boken är mer kontroversiell. Ett annat exempel på hur Oprah inte har engagerat sig är att hon inte gjort ett ordentligt lässchema för boken *American Dirt* om man jämför med andra månader. På så sätt uppmuntrade den inte läsarna att diskutera själva boken. Boken diskuterades inte klart och det blev aldrig ett riktigt avslut. Även om månadsboken inte blev som planerad gav den ändå upphov till en kommentarsstorm och debatt vilket blev positivt för bokklubben som fick mer fokus och uppmärksamhet. Det gav plats för en annan diskussion som inte rörde sig om boken. Snarare drevs diskussionen till att handla om hur en person som inte har en latino-bakgrund ska ha företräde att skriva en bok om latinamerikaner. Under denna tidpunkt tog även Black Lives Matter-rörelsen fart i världen, vilket gav mer utrymme för medlemmarna med latinamerikansk bakgrund att känna trygghet att diskutera ämnet öppet.

Det finns betydligt mindre litterär analys av boken i jämförelse med en fysisk bokklubb. Online bad Oprah användarna att diskutera med varandra och på Apple TV+ diskuterade Oprah boken tillsammans med gäster, men Oprah diskuterade inte boken

American Dirt så som hon vanligtvis brukade göra tillsammans med gästerna. I detta läge var det snarare så att Oprah tillsammans med gästerna diskuterade rasism och stereotyper än författaren och bokens innehåll i ett litterärt perspektiv.

Vid inledningen av kandidatuppsatsen ville vi främst undersöka hur en bokklubb fungerar online. Oprah Winfrey valdes för hon är en framgångsrik person och hennes bokklubb är en av de främsta. Undersökningen ändrades med tiden till hur Oprah använder sociala medier för att skapa virtuell och emotionell gemenskap.

11. Källförteckning

11.1 Primärt material

Inlägg och kommentarer från Instagramkontot *Oprah's Book Club* för perioden 2020-01-21 - 2020-03-11, https://www.instagram.com/oprahsbookclub/, hämtad 27 maj 2021.

11.2 Tryckt material

Baverstock, Alison, *How to market books*, 5:e upplagan, New York: Routledge 2015.

Chelton, Mary K., "When Oprah meets e-mail: Virtual book clubs". *Reference and User Services Quarterly*, vol. 41, 2001, nr 1.

Chung, S. & Cho, H., "Fostering Parasocial Relationships with Celebrities on Social Media: Implications for Celebrity Endorsement", *Psychology & Marketing,* 34(4), 2017.

Clark, Giles & Phillips, Angus, *Inside book publishing*, 5:e upplagan, Abingdon: Routledge 2014.

Forslid, Torbjörn; Helgason, Jon; Larsson, Lisbeth; Lenemark, Christian; Ohlsson, Anders; och Steiner, Ann; *Höstens böcker. Litterära värdeförhandlingar 2013*, Göteborg och Stockholm: Makadam förlag 2015.

Forslid, Torbjörn & Ohlsson, Anders, *Fenomenet Björn Ranelid*, Lund: Studentlitteratur 2009.

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

Hall, Mark R., "The "Oprahfication" of Literacy: Reading "Oprah's Book Club", *College English,* Vol. 65, No. 6, 2003.

Horton, Donald & Wohl, Richard, “Mass Communication and Parasocial Interaction: Observations on Intimacy at a Distance”, *Psychiatry* 19:3, 1956.

Kaijser, Lars & Öhlander, Magnus, *Etnologiskt fältarbete*. Lund: Studentlitteratur 2011.

Konchar Farr, Cecilia, *Reading Oprah: how Oprah’s Book Club changed the way America reads,* New York: State University of New York press 2005.

Konchar Farr, Cecilia, *The Oprah Affect:Critical Essays on Oprah’s Book Club,* New York: SUNY Press 2008.

Kotler, Philip, *Marknadsföring: teori, strategi och praktik*, Harlow: Pearson 2013.

Moran, Joe, *Star Authors: Literary Celebrity in America*, London/Sterling: Pluto Press 2000.

Murray, Simone, *The Digital Literary Sphere: Reading, Writing and Selling Books in the Internet Era*, Baltimore: Johns Hopkins University Press 2018.

Rooney, Kathleen, *Reading With Oprah: The Book Club That Changed America,* Fayetteville: University of Arkansas Press 2005.

Ross, Catherine Sheldrick, *Reading matters: What the research reveals about reading, libraries, and community*, Libraries Unlimited Inc: 2006.

Samuelsson, Lina, *Kritikens ordning: svenska bokrecensioner 1906, 1956, 2006*, Karlstad: Bild, text & form 3013.

Steiner, Ann, *Litteraturen i mediesamhället*, 3:e upplagan, Lund: Studentlitteratur 2015.

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

Södergård, Pia, "Virtuell gemenskap: Ett informationsvetenskapligt perspektiv på ungdomars cyberkultur", Åbo: Åbo Akademis förlag. (Ekonomisk-statsvetenskapliga fakulteten). Diss. Åbo Akademi 2007.

Thoresson, Anders, "Läsarna i första hand", *Svensk bokhandel*, nr. 1, 2010.

11.3 Digitalt material

Alexandersson, Caroline, "Oprah's Book Club inleder ett nytt kapitel tillsammans med Apple", *Apple Newsroom*, 23 september 2019, https://www.apple.com/se/newsroom/2019/09/oprahs-book-club-starts-a-new-chapter-with-apple/, hämtad 17 augusti 2020.

Ellis, Lindsay, "YouTube: Manufacturing Authenticity (For Fun and Profit!)", https://www.youtube.com/watch?v=8FJEtCvb2Kw&t=8s, hämtad 11 maj 2020.

Fay, Sara, "What's Missing From Oprah's Book Club 2.0", *The Atlantic*, 18 juni 2012, https://www.theatlantic.com/entertainment/archive/2012/06/whats-missing-from-oprahs-book-club-20/258141/, hämtad den 20 augusti 2020.

Flood, Alison, "Oprah admits to 'not looking for Latinx writers' as American Dirt controversy continues", *The Guardian*, 5 mars 2020, https://www.theguardian.com/books/2020/mar/05/oprah-american-dirt-row-book-club-jeanine-cummins, hämtad 21 maj 2020.

"Hardcover Nonfiction", *New York Times*, 17 maj 2020, https://www.nytimes.com/books/best-sellers/2020/05/17/hardcover-nonfiction/ hämtad 16 augusti 2020.

Harding, Amanda, “Does Oprah Still Have a Book Club?”, *CheatSheet*, 15 maj, 2019, https://www.cheatsheet.com/entertainment/does-oprah-still-have-a-book-club.html/ hämtad 19 august 2020.

Oprah’s Book Club, *Facebook*, https://www.facebook.com/OprahsBookClub/, hämtad 27 maj 2021.

Oprah’s Book Club, *Instagram*, https://www.instagram.com/oprahsbookclub/, hämtad 27 maj 2021.

Oprah’s Book Club, *Twitter*, https://twitter.com/oprahsbookclub, hämtad 27 maj 2021.

Wheeler, André, “Publisher cancels Jeanine Cummins tour for American Dirt over safety fears”, *The Guardian*, 29 januari 2020, https://www.theguardian.com/books/2020/jan/29/american-dirt-jeanine-cummins-tour-canceled, hämtad 22 april 2020.

Bilaga

American Dirt (2020) av Jeanine Cummins

Förlag: Flatiron Books

Baksidestext:

Where will we go, Mami?' 'I don't know, mijo' she says. 'We'll see. We'll have an adventure.' The afternoon of her niece's fifteenth birthday party, all Lydia's worst nightmares come true. As she and her son Luca cower in a bathroom shower stall, the rest of her family is gunned down by members of Acapulco's most notorious drug cartel, to make an example of her journalist husband. Lydia's survival instincts kick in immediately, and before the bodies of her family have cooled on the patio, she and Luca are fleeing for their lives. Such is the reach of the cartels, with roadblocks on every highway and the police in their pay, that Lydia quickly realises two things: that they must cross the US/Mexico border as quickly as possible, and that they cannot risk travelling by road. For Lydia and Luca, the most dangerous route is the only route - riding illegally atop the freight trains, known as la bestia, hidden amongst the thousands of migrants who will risk everything in the desperate hope of a new start in the United States.