

Lunds universitet

Förlags- och bokmarknadskunskap

Institutionen för kulturvetenskaper

Handledare: Tove Paulsson Holmberg

2021-06-04

Sharon Elbaz

FBMK12

Den kristna ljudboken: något för den svenska bokmarknaden?

Abstract

The audiobook is a format that has invaded the Swedish book market. Through its format it has made literature available to more people, just like the paperback did when it was first introduced on the market. By simply having the book on your phone, it's easier than ever to take it with you and can be played while the listener does other things, such as traveling, cleaning or performing other activities.

However, the situation looks completely different when you look at the Swedish Christian book market where the audiobook has basically become non-existent after the CDs stopped being produced. The largest Christian publishers in Sweden have only a dozen recorded audiobooks available on streaming services, and they still sell CDs of the most popular books from twenty years ago.

The purpose of this essay and its research is to find out if there is a demand for audiobooks among the Christian audience in Sweden, based on a quantitative content analysis, through Honneth's theory of recognition and brand theory.

The essay examined whether there was a demand for audiobooks among the minority group that reads and listens to Christian literature, and what the Christian publishers consider to be the reason for not investing in audiobooks.

The result shows that there is a demand for audiobooks among the Christian readers and listeners to have some sort of platform with Christian audiobooks even though they themselves don't listen to or read books at the moment.

Nyckelord

Ljudbok, kristen litteratur, streamintjänst, varumärkest teori, Honneth teori, kristen ljudbok, minoritetsgrupp, förlagskunskap, bokmarknadskunskap

Innehållsförteckning

1	INLEDNING	4
1.1	PROBLEMFÖRMULERING	5
1.2	SYFTE OCH FRÅGESTÄLLNING	5
1.3	FÖRKLARING AV BEGREPP	6
1.4	AVGRÄNSNINGAR OCH FÖRTYDLIGANDEN	7
2	METOD	7
2.1	KVANTITATIV INNEHÅLLSANALYS	7
2.2	MATERIAL	8
3	TEORI	9
3.1	HONNETH TEORI OM ERKÄNNANDE	9
3.2	VARUMÄRKESTEORI – ATT SYNAS SOM ETT NISCHAT FÖRLAG	10
4	TIDIGARE FORSKNING	11
4.1	LJUDBOKEN – EN HISTORISK GENOMGÅNG	11
4.1.1	<i>Ljudbokens fördelar</i>	14
4.1.2	<i>Kritik mot ljudboken</i>	14
4.2	STREAMINGTJÄNSTER	16
2.2.1	<i>Streamingtjänstens fördelar</i>	16
2.2.2	<i>”Åter” på andra format</i>	17
2.3	DEN KRISTNA BOKBRANSCHEN	18
5	RESULTAT OCH ANALYS	20
5.1	SVARSPERSONERNA	20
5.2	LÄSNING OCH/ELLER LYSSNANDE AV BÖCKER	21
5.3	GENRE OCH FORMAT	22
6	DISKUSSION OCH SLUTSATSER	23
	KÄLLFÖRTECKNING	28
	TRYCKT MATERIAL	28
	OTRYCKT MATERIAL	30
	BILAGA 1: ENKÄTUNDERSÖKNINGSFRÅGOR	31
	BILAGA 2: INTERVJUGUIDE	33
	BILAGA 3: DIAGRAM PÅ ENKÄTSVAR	34

1 Inledning

Att lyssna på äventyrsböcker eller religiösa texter var från början det sätt som människor överförde information mellan sig. I det antika Grekland var en författare inte någon som skapade originella historier utan en person som på bästa sätt kunde återberätta en redan existerande berättelse. Detta förändrades när skriftspråket intog scenen och blev det primära sättet som människan förmedlade information till varandra. Genom att skriva ner informationen så förblev den densamma när den vidarebefordrades, även om duplicerande av texten tog väldigt mycket mer tid (Dreyer et al., 2018, s. 6; Steiner, 2019, s. 57).

Analfabetismen sträckte sig långt in i den moderna tiden och berättande, samt lyssnandet blev därför betydande parallellt med den tryckta texten och lästekniken. Under 1900-talet utvecklades även tekniken som gjorde det möjligt att lyssna på berättelser igen, istället för att behöva läsa dem. Under århundradet har ljudboken funnits på allt ifrån trådläsare och kassetter till cd-skivor och som digitalt strömmande filer (Dreyer et al., 2018, s. 6). På detta sätt har ljudboken i princip funnits drygt ett decennium för att nu göra en peak på nätet. Det var inte förrän den digitalt strömmande ljudboken, i kombination med den alltmer utvecklade tekniken, som ljudboken på riktigt började utmana den traditionella läsningen. Allt eftersom tekniken förändrades har det blivit allt lättare och mer tillgängligt att lyssna på ljudböcker och det finns troligtvis ingen förändring som varit mer revolutionerande, under modern tid inom bokmarknaden, som den strömmande ljudboken och de olika abonnemangstjänsterna som kom med den (Svensk Förläggarförening, 2019, s. 7).

Ljudboken betraktades från början som ett hjälpmedel för människor med funktionsvariationer, exempelvis som läs- eller synnedsättning. Läsningen sågs länge på som en stillasittande aktivitet, men i och med uppfinningar som Walkman och mp3-spelare så löstes den stillasittande aktiviteten upp och det blev nu möjligt att utföra andra aktiviteter samtidigt som man lyssnade på boken. I och med det digitala strömmandet har läsoplevelsen frigjorts ännu mer och gjort det möjligt att på ett mer tillgängligt sätt kunna läsa överallt (Dreyer et al., 2018, s. 6).

Litteraturen och skrivande var länge sammankopplad med religion och det går att diskutera om denna skrivkonst medförde makt till kyrkan och klosterväsendet. Det är inte osannolikt att det gjorde det. Allt eftersom Sverige sekulariserades så blev gruppen människor som ville läsa kristen litteratur mindre och utbudet har sjunkit i landet. Idag anses kristen allmänlitteratur som en nisch som är riktad till en minoritetsgrupp i Sverige. På grund av sin

litenhet har det inte funnits lika stora möjligheter för kristen litteratur att utvecklas och det blir därför ”enklare” att ”köra på som vanligt”. Det kan vara en bidragande faktor till att vi idag ser hur kristna förlag hamnat långt efter andra etablerade förlag i sin teknik och utveckling. Frågan är om de snart blir tvungna att göra en förändring eller om de kan fortsätta som de gör idag.

1.1 Problemformulering

Ljudboken är ett format som har invaderat den svenska bokmarknaden. Genom formatet har den gjort litteraturen tillgänglig till fler människor, i samma utsträckning som inte hänt sedan pocketboken introducerades på marknaden.

Dock ser situationen helt annorlunda ut när man tittar på den kristna bokmarknaden där ljudboken i princip blivit obefintlig efter att cd-skivorna slutade att produceras. De största kristna förlagen i Sverige har endast ett tiotal inspelade ljudböcker som finns tillgängliga på streamingtjänster, och de säljer fortfarande cd-skivor av de mest populära böckerna för tjugo år sedan.

Detta är något som författaren till uppsatsen tycker är väldigt intressant och vill undersöka, mer noggrant, varför det ser ut som det gör på den kristna förlagen i Sverige. Handlar det om att det inte finns någon efterfrågan eller beror det på någonting annat? Det är vad den här uppsatsen ämnar att undersöka.

Problemet bidrar även till forskningsfältet, förlags- och bokmarknadskunskap, eftersom det finns väldigt lite forskning kring ämnet kristen litteratur, kristna ljudböcker, trots att det finns mycket forskning kring profan litteratur och ljudböcker. Dessutom finns det ännu mindre forskning med kombinationen av ljudbok, kristet och erkännande (Honneth teori). Därför är den här uppsatsen viktig för forskningsfältet och kommer med viktig insyn i ett annars outforskat område.

1.2 Syfte och frågeställning

Syftet med uppsatsen och dess undersökning är att ta reda på om det finns en efterfrågan av ljudböcker bland den kristna publiken i Sverige, utifrån en kvantitativ innehållsanalys, genom en enkätundersökning hos de kristna bokkonsumenterna, samt belysa det genom Honneth teori om erkännande, samt varumärkesteori utifrån de nischade förlagen.

Följande frågeställningar används för att besvara syftet:

1. Hur ser efterfrågan på ljudböcker ut hos den minoritetsgrupp som läser och lyssnar på kristen litteratur?
2. Hur kommer det sig att de kristna förlagen i jämförelse med de ”profana” förlagen, i Sverige, inte prioriterar ljudböcker?

1.3 Förklaring av begrepp

Det finns många begrepp kopplade till ljudboken och kristna förlag. Några av dem är betydelsefulla för den här uppsatsen. För att ge läsaren en förståelse för vad de innebär ges i detta avsnitt en förklaring.

Ljudbok: En ljudbok är ett samlingsnamn för inlästa böcker. Författaren eller en skådespelare läser upp boken och den är en kommersiell produkt som säljs i bokhandlare eller på internet. Ett urval av ljudböcker finns även tillgängliga på bibliotekens webbplatser och kallas där för e-ljudböcker (Lindén, 2019, s. 3).

Vanligtvis delas ljudboken upp i två underkategorier: *fysisk ljudbok* och *digital ljudbok*.

Den fysiska ljudboken är, som namnet antyder, ett format som distribueras på ett fysiskt lagerminne som exempelvis cd-skivor eller kassetband, men räknas även om det är lagrat på ett USB-minne. Sådana böcker går att köpa i bokhandlare eller låna på biblioteket. Den här typen av ljudbok är på sätt och vis också digital, men eftersom den lagras på en fysisk produkt så räknas den till en fysisk ljudbok (Svenska Förläggarföreningen, 2019, s. 9).

Den digitala ljudboken är ljudböckerna som inte bara är digitala utan även distribueras digitalt. De kan vara nedladdningsbara eller strömmande. Även böcker som är tillfälligt nedladdningsbara räknas till denna typ av ljudbok. Tillfälligt nedladdningsbara ljudböcker kan exempelvis vara e-ljudböcker som lånats via bibliotekens webbplatser eller nedladdning av en ljudbok för att möjliggöra lyssning i offline-läge. När de digitala ljudböckerna kom fanns det en form av begreppsförvirring där de i vissa fall benämndes för e-böcker (Svenska Förläggarföreningen, 2019, s. 9; Lindén, 2019, s. 3).

Skillnaden mellan de olika ljudböckerna kan tyckas oviktig, men ur ett historiskt perspektiv har det en mer betydande roll, om inte annat så på grund av momsskillanden som varade fram till den 1 juli 2019 då den digitala ljudboken inte omfattades av kultur Momsen på 6 % (Svenska Förläggarföreningen, 2019, s. 9).

Ljudboken bör ej blandas ihop med *talboken* som är ett hjälpmedel för personer med syn- och läsnedsättning och distribueras av Myndigheten för tillgängliga medier (MTM).

Profana förlag: Profan eller sekulär betyder att det är någonting som är världsligt, det vill säga utan religiöst eller kyrkligt syfte. Profana förlag är därför de sekulariserade förlagen, eller de ”vanliga” förlagen. Detta i kontrast till de kristna förlagen.

I uppsatsen kommer förlag utan en kristen (eller annan speciell religionsinriktning/trosuppfattning) att benämnas som profana förlag. Detta för att enkelt kunna skilja på de kristna förlagen och de ”vanliga” förlagen.

1.4 Avgränsningar och förtydliganden

Kristen litteratur är ett brett och diffust begrepp. Författaren till uppsatsen har dock valt att definiera kristen litteratur som litteratur med det kristna budskapet i fokus och kommer under uppsatsens gång att hänvisa till kristna ljudböcker som litteratur med den typen av budskap.

Det empiriska materialet avgränsas till de svar som hinner komma in under undersökningens tid.

Materialet avgränsas även till att endast beröra ljudböcker på svenska eller översatta till svenska.

I uppsatsen behandlas inte talboken. Istället kommer uppsatsen att fokusera på den kommersiella ljudboken och i det här fallet den kommersiella kristna ljudboken. Dock inkluderas och studeras alla genrer inom nischen kristen litteratur.

Förlagen som studeras har alla en frikyrklig inriktning på sin utgivning (eftersom de tillhör den större gruppen inom kristen inriktning) och förlag med annan kristen inriktning kommer att väljas bort. Exempel på andra typer av kristna förlag är förlag med katolsk eller ortodox inriktning.

Enkäten har riktats till en publik som vanligtvis rör sig i den frikyrkliga sfären.

2 Metod

Denna uppsats bygger dels på tidigare publicerad data i rapporter, vetenskaplig forskning och nyhetsmedier och dels på en studie genomförd av författaren.

2.1 Kvantitativ innehållsanalys

Syftet med undersökningen är att studera efterfrågan av ljudböcker inom den kristna publiken.

En kvantitativ empirisk studie har gjorts för att få tillgång till det empiriska materialet där personer själva har fått fylla i en enkät. Det ansågs, av författaren, vara en lämplig och effektiv metod för att analysera personernas åsikter i frågan om efterfrågan. Enkätens frågor (se bilaga 1) baserades i största möjliga mån på välformulerade frågor som ska täcka alla områden för undersökningens syfte. Enkäten var anonymiserad och distribuerades digitalt. Den publicerades på 4 Facebookgrupper och som rörde eller angränsade till böcker och/eller kristna sammanhang. 75 svar samlades in under perioden 15 april - 15 maj. På grund av tekniska problem och den korta tiden för undersökningen kunde endast 40 svar tas fram och analyseras.

Även intervjuer med ett av de största kristna förlagen i Sverige, med en frikyrklig inriktning i sin utgivning, genomfördes som ett komplement till enkätundersökningen.

Metoden är lämplig för att studera stora textmängder, samt insamlat data och få en överblick och förståelse för innehållet, samt kunna jämföra och finna mönster i det. Alla typer av texter kan analyseras och många olika inslag kan räknas och mätas, till exempel förekomsten av vissa ord, metaforer och förseelser (Boréus & Kohl, 2018, s. 49-52, 85; Esaiasson et al., 2017, s. 198). Metoden genomfördes manuellt och inte genom något data- eller analysprogram. Detta innebär att allting lästes av av författaren. Det finns många fördelar med datorbaserade kodning- och analysprogram eftersom de är helt konsekventa då datorer inte tolkar materialet utan endast gör det som den blir tillsagd att göra. Men även manuell avläsning har fördelar, speciellt när materialet behöver tolkas. Därför ansåg författaren till uppsatsen att en manuell avläsning var det bästa för undersökningen då en viss typ av tolkning krävdes av materialet.

2.2 Material

Den 15 april 2021 sändes enkäten (se bilaga 1) ut i fyra Facebookgrupper; Kristna syskon (3930*), Kristna författare (114*), Kristna vänskapsgruppen (427*), samt Bjärka Säbys slutna Facebookgrupp (15*) varav den sista gruppen användes som en språngbräda för delning av länken. Enkäten sändes även ut till personer som uttryckt ett intresse för böcker och livsåskådning.

75 personer svarade på enkäten fram till den 15 maj. Efter att enkättiden löpt ut uppstod tekniska problem med den digitala enkätundersökningen och 35 av svaren som kommit in gick inte att få tillgång till. Detta resulterade i att författaren till uppsatsen blev tvungen att endast läsa av de 40 enkätsvar som denne kunde komma åt för att hinna avsluta

undersökningen i tid för inlämningen av uppsatsen. Därför är resultatet och undersökningen endast uppbyggd på de 40 svar som gick att utläsa från enkätundersökningen och de övriga 35 var tvungna att bortses ifrån.

Som ett komplement till enkätundersökningen genomfördes en intervju (se bilda 2 för intervjuguide) med Joel Sjöberg, vd för Sjöbergs förlag.

*Antalet medlemmar i grupperna vid undersökningens start.

3 Teori

Teorierna som har valts för uppsatsen är Honneth teori om erkännande, samt varumärkesteori. Honneth teori om erkännande valdes eftersom det går att belysa problemet av att tillhöra en minoritetsgrupp genom perspektivet av att få erkännande eftersom den kristna publiken som vanligtvis läser och lyssnar på kristen litteratur tillhör en minoritetsgrupp i Sverige.

Varumärkesteori används för att på ett bättre sätt förstå de kristna förlagens position och roll, samt bidragande eller icke-bidragande till att konsumenternas behov tillfredsställs.

3.1 Honneth teori om erkännande

Honneth teori om erkännande utgår ifrån att det krävs ett erkännande för att människan ska kunna utveckla sin personliga identitet och en positiv relation till sig själv (Honneth & Heidegren, 2003, s 7–8). Genom ömsesidigt erkännande kan människor utveckla självförtroende, självrespekt och självkänsla som ligger till grund för att kunna förverkliga sig själv (Anderson, 2011, s. 53–54). Kampen för detta erkännande ses som moraliskt motiverad. En människa har både en moralisk skyldighet och rättighet – skyldighet att behandla andra så att de kan utveckla positiva självrelationer och rättigheter att själva bli behandlade på detta sätt. Ett förvägrat erkännande ses som en moralisk kränkning (Honneth & Heidegren, 2003, s. 7, 12, 98, 106–107).

För att uppnå en positiv och intakt självrelation måste människor alltså få erkännande av andra. Erkännande beskrivs utifrån tre olika former. I den första formen erkänns den enskilde som en individ vars behov och önskningar har ett unikt värde för någon annan, som en förälder eller vän. Erkännandet bygger på känslomässig omtanke om den andres välgång och kännetecknas av *omsorg* och *kärlek*. Den andra formen bygger på likabehandling och den enskilde erkänns som en individ med samma moraliska tillräknelighet som alla andra, genom att ges *moralisk respekt*. I den tredje formen erkänns den enskilde som en person vars

förmågor är värdefulla för andra inom samma gemenskap. Erkännandet utgår från en omtanke om den andres välgång mot bakgrund av de gemensamma målen och kännetecknas av *uppskattning, solidaritet och lojalitet* (Honneth & Heidegren, 2003, s. 11, 106–108).

Det finns även tre olika former av moraliska kränkningar och oförrätter. Den första formen innebär kränkningar som berövar en person tryggheten att åtnjuta ett fysiskt välbefinnande, som exempelvis misshandel eller våldtäkt. Denna andra formen innebär kränkningar mot en persons moraliska tillräknelighet, som exempelvis olika grader av svek och bedrägeri. Den tredje formen innebär att en person förödmjukas eller blir respektlöst bemött och därmed inte får erkännande för sina förmågor. Graden av kränkning kan sträcka sig från harmlösa till grova fall, som exempelvis stigmatisering, och påverkar personens känsla av att vara socialt betydelsefull inom sin egenskap på ett negativt sätt (Honneth & Heidegren, 2003, s. 102).

Utifrån Honneths teori om erkännande står det klart att såväl individer som institutioner kan ge eller neka människor erkännande. Detta är relevant med hänsyn till den kristna minoritetsgruppen som finns i Sverige idag. Det ljudboksutbud som finns tillgängligt representerar inte minoritetsgruppens behov. Förlagen och ljudbokstillverkningen har därför en viktig roll för att representerar och stärka de grupper i samhället som undanskymts genom att lyfta fram och därigenom få en bättre självbild och personlighetsutveckling.

3.2 Varumärkesteori – att synas som ett nischat förlag

Varumärkes funktion går ut på att skilja mellan likartade produkter från olika företag. Genom att göra sitt varumärke starkt kan ett företag stå ut i mängden och synas i konkurrensen på den specifika marknaden. Varumärket kan vara en kombination av slogans, figurer, illustrationer eller företagsnamnet, men det som de flesta varumärken har gemensamt är att de har någon form av grafisk symbol som ska vara enkel att känna igen (Mossberg & Sundström, 2011, s. 222).

Märkesinnehavaren, det vill säga företaget (förlag i det här fallet), ingår ett osynligt avtal med konsumenten som säger att produkten håller en viss typ av standard. Avtalet är beroende av att märkesinnehavaren erbjuder en produkt som tillgodoser behovet som konsumenten har. Detta kan resultera i en märkeslojalitet hos konsumenten, vilket är det som märkesinnehavaren är ute efter. Det viktiga för märkesinnehavaren är att ha så många lojala konsumenter som möjligt under så lång tid som möjligt (Melin, 1999, s. 36–37). Denna lojalitet blir sedan viktig när märkesinnehavaren utökar sitt sortiment och breddar sin

produktion. Genom lojaliteten kan märkesinnehavaren på så sätt sälja in en produkt till en konsument som annars inte hade köpt produkten eller köpt den hos ett annat företag. Detta resulterar i att konsumenten köper fler produkter av samma varumärke och utvecklar på så vis en emotionell lojalitet, vilket leder till att konsumenten pratar gott om varumärken och bidrar till den viktigaste marknadsföringen som är mun-mot-mun-metoden (Mossberg & Sundström, 2011, s. 236–237).

Detta är en viktig del för de nischade förlagen, och i det här fallet extra viktigt för de kristna förlagen. Genom att kunna hitta rätt konsument och skapa en emotionell lojalitet säkrar de sin egen överlevnad, men även sin egen tillväxt. Med ett starkt varumärke som trycker på de värderingar och åsikter som förlaget har så kan de särskilja sig från övrig utgivning i Sverige och på så sätt nå rätt konsument i en bransch som annars har en oerhört hård konkurrens.

4 Tidigare forskning

I de föregående kapitlen presenterades en inledning till ämnet, en formulering av dess problem, det syfte och de frågeställningar som ligger till grund för undersökningen, förklaring av relevanta begrepp och undersökningens avgränsningar. Även metoden och teorierna som används som ett ramverk för uppsatsen presenterades för att kunna få en förståelse för uppsatsens utgångspunkt och tillvägagångssätt.

I detta avsnitt beskrivs kunskapsläget rörande ljudboken, kritiken mot den, dess fördelar, samt streamingtjänsternas intåg på marknaden. Detta avsnitt avser även att titta närmare på den tidigare forskningen kring kristen litteratur i Sverige, samt hur den kristna ljudboken ser ut internationellt. Det är i första hand vetenskaplig forskning som presenteras, men då denna undersökning berör ett område där inte mycket forskning gjorts ägnas en mindre del åt svenska uppsatser, samt ett undersökande av hemsidor och företag som finns tillgängliga på nätet.

4.1 Ljudboken – en historisk genomgång

I det antika Grekland var författaren en person som återberättade redan existerande berättelser. Personen i fråga skapade inga originella verk utan en bra författare var den person som på bästa sätt kunde återberätta ett redan välkänt verk (Steiner, 2019, s. 57). Att kopiera på det sättet går även att se i målarkonstens fixering att måla, exempelvis ett porträtt, så likt verkligheten som möjligt. Något som upphörde till viss grad i och med fotografiets

upppfinning (Danius, 2000, s. 44–45). Det skulle kunna jämföras med att när skrivkonsten blev mer vanligt fanns det inte längre en utmaning i att minnas berättelsen korrekt. Det skrivande ordet förändrades inte från uppläsning på samma sätt som att porträttmålningen inte kunde vara mer lik än fotografiet som fångat motivet på bästa möjliga sätt.

Skrivkonsten blev vanligare under den tidiga medeltiden även om den muntliga traditionen fanns kvar i stor utbredning under hela medeltiden. Skrivandet var en lyx som främst fanns för överklassen, men framförallt hos klosterväsendet vilket resulterade i att litteraturen som skrevs ner främst var av religiös natur (Steiner, 2019, s. 59). Det går att diskutera om denna skrivkonst medförde makt till kyrkan och klosterväsendet och det är inte helt osannolikt att det gjorde det. Kunskap är makt, sägs det, och genom nedskrivningen auktoriserades vissa texter medan andra sållades bort. Historiskt går det även att se att kyrkan hade makt i samhället även om det berodde på flera parametrar än den skrivna texten (Steiner, 2019, s. 59).

Tack vare boktryckarkonsten på 1600-talet upphörde problemet med den långsamma processen av att kopiera texter. Massproduktionen av den skrivna texten gjorde att böcker lättare kom ut till allt fler personer (Dreyer et al., 2018, s. 6). Läsningen letade sig ner till medelklassen och redan under 1700-talet var läsningen någonting normalt inom sociala texter. Litteraturens värde höjdes när den borgliga offentligheten samtalsade kring litteratur och samlades för att diskutera filosofier och idéer (Tombrock, 2014, s. 6).

Eftersom analfabetismen sträckte sig långt in i den moderna tiden så samexisterade den muntliga berättelsen parallellt med den tryckta texten (Dreyer et al., 2018, S. 6).

Under 1700-talet började analfabetismen försvinna hos majoriteten av den svenska befolkningen eftersom de var tvungna att studera inför bibelförhören som fanns på den tiden. En svensk kunde inte konfirmeras om inte de fick ett godkänt husförhör och om de inte kunde konfirmeras så kunde de inte heller gifta sig. Inte förrän på 1800-talet var den tysta läsningen en norm. Verken som lästes då var främst av religiöst slag. Genom läsningen av de religiösa texterna skulle själen förändras och skiften var ett sätt att disciplinera själen. Det var inte förrän på 1900-talet som den teologiska läsningen togs över av nöjesläsningen vilket också resulterade i en massläsning (Tombrock, 2014, s. 6).

Trots att den skrivna texten fortfarande är och har varit dominant så har de antika grekernas muntliga berättartradition inte helt försvunnit. Enligt en artikel i Svensk Bokhandel är ljudboken på väg att gå om pappersboken. Det visar på att läsaren idag är mer intresserad av att höra en berättelse läsas eller berättas av någon annan (Litteratur TT, 2019).

Rubery, som är en professor modern litteratur, gör en sammanfattning i tre delar av ljudbokens historia. Rubery hävdar att ljudbokens historia har utvecklats sedan Edisons, dock experimentella, fotografiska böcker till en talbok som var riktad till personer med funktionsvariationer till den ljudboken som vi ser idag, den mer kommersiella varianten i ett digitalt format. Rubery menar att ända sedan Edison uppfann fonografen 1877 så har möjligheten att spela in ljud funnits, det vill säga möjligheten att spela in en ljudbok. Fonografen var från början ett verktyg för att spela in tal och inte musik, vilket passar in på ljudbokens historia snarare än musikens (Rubery, 2016, s. 1).

Den första svenska ljudboken publicerades så tidigt som 1952 och var en bok av Dagmar Edqvist som själv läste in sin bok *Musik i mörker* på 24 grammofonskivor (Svenska Förläggarföreningen, 2019, s. 8).

Ljudboken har, under sin korta livstid, genomgått en stor teknisk utveckling och genom den digitala formen så har den på nytt fått en ny roll i samhället idag. Precis som att distributionen av fonografrullar och vinylskivor var betydande för dennes tid så är det digitala formen betydande för vår samtid. Skillnaden över de 150 åren är att förut så var ljudboksformaten otydliga och svårhanterliga, medan den digitala revolutionen gjorde det lätt att hantera ljudboken på ett sätt som vinylskivor och cd-skivor aldrig kunde. Genom det strömmande formatet kan vi med enkla klick navigera oss i ljudboken och behöver inte stanna upp mitt i läsningen och exempelvis byta skiva eller kassetband. Allting är lagrat på samma ställe och flyter på (Schnider, 2020, s. 8).

Att kunna lyssna på ljudboken medan man gör någonting annat har hela tiden varit formatets trumfkort. Många tror att detta är någonting negativt för den fysiska boken, medan andra hävdar att den är en ny kundkrets som börjar lyssna på ljudböcker, en publik som tidigare inte läste den fysiska boken. Kristoffer Lind, som är vd för Lind & Co, menar att det är en missuppfattning att anta att det endast är den fysiska bokens läsare som ”överger” den fysiska boken för den digitala. Han menar att det istället handlar om en publik som förändrar sitt läsbeteende och istället ökar sin läsning genom att de vågar testa en ny genre eller läser ännu mer. Det vill säga att de inte ”överger” den fysiska boken utan att de istället läser mer, samt att även de som läste lite nu läser mer (Svenska Förläggarföreningen, 2019, s. 9).

Enligt Have och Pedersen har ljudboken blivit ett medium i sin egen rätt och att den har en stark ställning i dagens digitaliserade samhälle, trots att det finns många som har invändningar mot formatet (Have & Pedersen, 2016, s. 152). Ljudboken är ett nytt medium som kan ses som likvärdigt med den fysiska boken och Have och Pedersen menar att det inte behöver

finnas en hierarki mellan formaten eftersom alla har samma förlaga, det vill säga den tryckta boken (Have & Pedersen, 2016, s. 150).

4.1.1 Ljudbokens fördelar

Att läsa en bok kontra att läsa en ljudbok är två helt olika upplevelser eftersom vi använder oss av olika sinnen när vi läser och när vi lyssnar (Have & Pedersen, 2016, s. 30). Det betyder dock inte att det ena är bättre eller sämre än det andra. Ljudboken i sin digitala form har en större flexibilitet och blir på så sätt betydligt mer tillgänglig än den fysiska boken. Ljudböcker går enkelt att ta med sig i exempelvis sina telefoner eller datorer och antalet spelar ingen roll, i jämförelse med böcker som blir klumpigare och tyngre ju fler som personen i fråga tar med sig (Have & Pedersen, 2016, s. 5, 153; Wolfson, 2008, s. 112).

Wolfson skriver att ljudboksläsning har en positiv inverkan på läsförmågan och att högläsningen hjälper till med läsförståelsen och läsutvecklingen. Därför, påstår Wolfson, att ljudboken uttalar läs- och skrivkunnigheten samt att det ökar läshastigheten, ordförrådet och ger en ökad läsförståelse. Dessutom, menar Wolfson, så kan ljudboksläsning ge personer en positiv läsupplevelse vilket kan generera exempelvis läsovilliga börjar läsa mer och då även andra typer av texter (Wolfson, 2008, s. 112).

En annan, mer ovanlig, anledning av ljudboksläsningens popularitet är det finns ett behov av mänskligt sällskap. Ensamma människor kan genom att lyssna på ljudböcker skapa en känsla av sällskap på grund av att de lyssnar till någon annans röst. Enligt tidigare forskning så kan högläsningen, som ljudböcker skapar, visa på en typ av intim interaktion vilket kan generera känslor av trygghet och umgänge (Svenska Förläggarföreningen, 2019, s. 29).

4.1.2 Kritik mot ljudboken

Även om ljudboken har många fördelar och har blivit allt mer och mer populärt så finns det kritik som är riktat mot detta format. Rubery listar i sin undersökning från sin bok *Audiobooks, literature, and sound studies* de sju vanligaste invändningarna som finns mot ljudboken (Rubery, 2011, s. 10ff).

1. **Passiv läsning.** Motståndare till ljudboken hävdar att ljudbokslyssnande endast är en passiv aktivitet. Det anses inte vara en ”riktig” läsning på samma sätt som att läsa ur en fysisk bok är mer en aktiv läsning eftersom det inkluderar avkodning, tolkning och förmågan att kunna dra slutsatser av texten som läses.

2. **Lägre koncentrationsnivå.** Ljudbokslyssnande kräver inte samma nivå av koncentration som det kräver från läsning av en tryckt bok. Ljudboken framställs som någonting bekvämt och smidigt, någonting som användaren kan ta med sig överallt och inte behöver planera inför. När andan faller på så är det bara att ta fram telefonen och sätta igång den bok som användaren är sugen på att lyssna på. Kritikerna menar att detta gör ljudboken till en sämre version av den tryckta boken, att ljudboken endast är för öronen och inte för ögonen.

3. **Alternande av originalet.** Ljudboken förvränger originalberättelsen genom att antingen alternera eller förändra texten. Detta händer, exempelvis med *The Duke and I* av Julia Quinn där ett övergrepp redigerades och mildrades efter kritik när den fysiska boken släpptes, men det är mer av ett undantag hos ljudboksförlagen än en faktisk regel.

4. **Går inte att förändra uppläsningshastigheten.** Motståndarna menar att det är svårare att få en rätt hastighet för varje individ. En del böcker kräver en lägre hastighet för att ge tid för tankar, medan andra menar att det inte går att "skumma" en ljudbok. Detta är en kritik som inte längre är lika aktuell eftersom många av uppspelningsapparna nu infört en teknik för att kunna förändra uppspelningshastigheten till en långsammare eller snabbare hastighet.

5. **Bevarar inte litteraturens muntliga rötter.** Motståndarna till ljudboken menar att det finns en risk för att högläsningen för barnen ersätts av ljudbokens. Ljudboken blir i detta fall endast en sekundär röst och kan inte ersätta den ursprungliga muntliga berättelsen.

6. **Stör läsaren egen fantasi.** Eftersom många ljudböcker är inlästa av en professionell skådespelare som tolkar texten så kommer läsaren att få en tolkad variant på boken istället för att få möjlighet att tolka texten själv. Dessutom påstår motståndarna att det kan bli olika tolkningar av texten beroende på vem det är som läser in boken.

7. **Saknar materiell form.** Den digitala ljudboken existerar inte som fysisk form och blir därför svårare att visualisera mer än med bara hörseln och öronen. Den fysiska boken upplever vi med fler sinnen än bara ögonen vilket gör den mer "verklig". Med den digitala ljudboken så tappas det uppreparande observerande av paratexter som exempelvis omslag, illustrationer, titel på kapitel, kursiv eller fetstil text och papperskvalitet. Därför blir

skillnaderna mellan den fysiska boken och ljudboken större än att den ena konsumeras av ögonen och den andra av öronen.

4.2 Streamingtjänster

2017 var 31 procent av de konsumerande böckerna i Sverige digitala böcker ifrån streamingtjänsterna. Dessa böcker säljs inte styckvis utan säljs i en tidsbegränsad strömmad form inne på tjänsternas appar eller hemsidor. Det betyder att konsumenten inte äger boken, men genom abonnemanget ges kunden tillstånd att lyssna och läsa på alla böcker i utbudet vare sig det är en timme i månaden eller 100 böcker i månaden. Med denna modell går det även att göra en bättre analys av konsumtion och faktiskt läsande eftersom det går att se exakt var läsaren slutar läsa och vilka böcker som den läser. Detta till skillnad från fysiska böcker som konsumenten kan köpa, men aldrig läsa (Svenska Förläggarföreningen, 2019, s. 7).

Streamingtjänsterna skiljer sig också när det gäller priset. 2018 var den genomsnittliga ersättningen av en konsumerad digital bok i de streamingtjänsterna 36 kronor. Det är ungefär hälften av vad en ersättning för en pocketbok och knappt en fjärdedel av en inbunden bok. Snittpriset för en digital bok som säljs styckvis, 2018, var 92 kronor (Svenska Förläggarföreningen, 2019, s. 7).

Det går att diskutera om den svenska ljudboksmarknaden blomstrat på grund av ett ändrat konsumtionsbeteende eller om det istället handlar om att allt fler investerar och marknadsför sina streamingtjänster intensivt. Dock är sanningen närmare en förändring på bägge områdena (Svenska Förläggarföreningen, 2019, s. 12).

2.2.1 Streamingtjänstens fördelar

Att digitala ljudboksabonnemang är den mest populära distributionsformen för ljudböcker är svårt att förneka när man tittar på försäljningssiffrorna på den svenska marknaden. De digitala streamingtjänsterna för ljudböcker har haft en stor tillväxt under de senaste åren i jämförelse med exempelvis den fysiska ljudboken som sakta har fasats ut (Svenska Förläggarföreningen, 2019, s. 32).

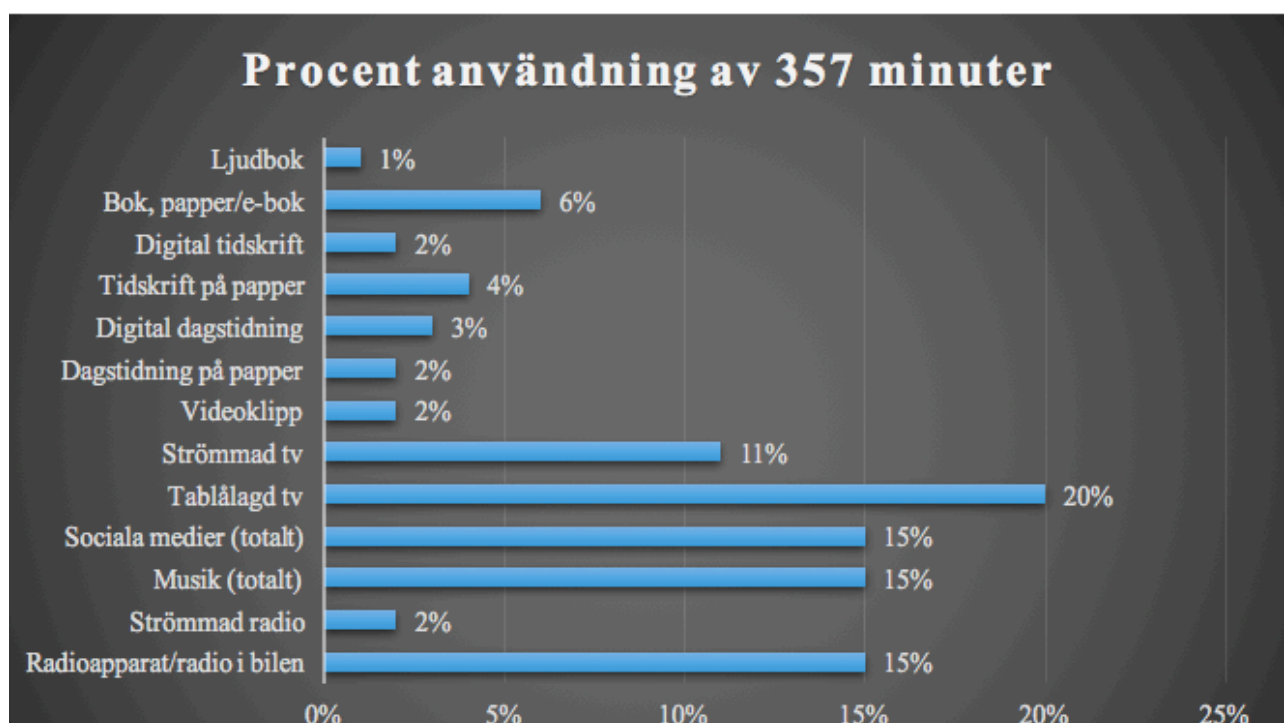
Man kan ställa sig frågan varför digitala ljudböcker har lyckats så mycket bättre än försäljningen av ljudböcker i andra försäljningskanaler. Svenska förläggarföreningens gjorde en studie där de undersökte vilka fördelar som är förknippade med digitala abonnemangstjänster (i uppsatsen kallade streamingtjänster) och kan förklara varför den digitala ljudboken lyckats så pass bra i just den kanalen (Svenska Förläggarföreningen, 2019,

s. 30).

Studien visade att användbarheten och möjligheten att prova produkten var två av de starkaste fördelarna för de digitala streamingtjänsterna. Genom att kunna prova att läsa en bok och sedan ha möjligheten att avbryta läsandet/lyssnandet utan att behöva betala mer för det gör att risken för att bli besviken på en bok minskar. En kund som köper en tryckt bok eller en fysisk ljudbok kan ångra sitt köp då denne inser att boken inte var vad denne trodde, men i streamingtjänsterna går det bara att byta utan att det har kostat extra för kunden. Dessutom innebär användbarheten att streamingtjänsterna upplevs som enkelt att hantera, exempelvis att det går att ta med sig hela biblioteket i en app som inte tar upp stort utrymme i telefonen, vare sig det handlar om 100 böcker eller 100 000 böcker. Detta i jämförelse med att behöva ta med sig exempelvis 13 cd-skivor och en cd-spelare för att spela en enda bok (Svenska Förläggarföreningen, 2019, s. 30).

2.2.2 ”Äter” på andra format

Streamingtjänsterna konkurrerar inte bara med varandra, utan krigar om vår uppmärksamhet mot större aktörer så som exempelvis tv, film och sociala medier. För att kunna se marknaden ur ett bredare perspektiv presenteras här Mediebarometerens resultat från 2018 för att få en bättre förståelse för hur normalsvenskens mediekonsumtion ser ut. Enligt Mediebarometern går det att utläsa att den genomsnittliga svensken spenderade 5 timmar och 57 minuter, det vill säga 357 minuter, på olika medier per dag (Svenska Förläggarföreningen, 2019, s. 34). Fördelningen av medier som gick att utläsa såg ut på följande vis (Svenska Förläggarföreningen, 2019, s. 34):



Detta visar på att debatten som råder, att digitala ljudböcker skulle ”äta” på andra format inte riktigt är en rättvis bild. Genom att titta på fördelningen av konsumtionen går det att se att det finns en större debatt i vilket format som ”äter” på vem och att de digitala ljudböckerna inte är så stor bov som det verkar då de utgör en väldigt liten procentdel av genomsnittssvenskens totala mediekonsumtion (Svenska Förläggarföreningen, 2019, s. 34).

2.3 Den kristna bokbranschen

Ingen omfattande forskning har gjorts på den kristna bokbranschen vilket har resulterat i att det har varit svårt att hitta nyare forskning inom ämnet. Författaren till uppsatsen fann det svårt att finna relevant forskning under den korta tid som uppsatsen utfördes. Den forskning som har funnits är som tidigast från 1976 och är inriktad på kristen barnlitteratur. Toijer-Nilsson beskriver då hur religiösa böcker från 1800-talet präglade samhället och har implementerats i söndagsskolan (Toijer-Nilsson, 1976, s. 11–12). Detta har dock ingen direkt koppling till ämnet kring kristen litteratur och avsaknaden av kristna ljudböcker. Endast en artikel från Svensk Bokhandel hittades som berörde de kristna förlagen hittades (publicerad 2019).

Även forskning på den kristna ljudboken tycks vara liten och svår att finna. Efter en intervju med Sjöbergs Förlag går det att konstatera att ljudboksproduktionen på de kristna förlagen inte är en prioritet på grund av att den rådande försäljningen ser ut och att ändra till ljudböcker är en stor ekonomisk risk.

Ljudböcker har funnits inom den kristna bokbranschen under många år, men sedan cd-skivan slutade att produceras och säljas så har denna utveckling stannat upp. Den lever på sparlåga hos en äldre publik, men produktionen är dyr och efterfrågan låg. Detta har bidragit till mer av en avveckling av ljudboken än en upptrappning som annars kan ses i bokbranschen i Sverige för övrigt.

Sverige blir för varje år allt mer sekulariserade vilket har resulterat i vad som Svensk bokhandel beskriver som *Den kristna krisen*. Allt färre personer som konfirmerar sig eller köper biblar. Från 2009 fram till 2019 minskade antalet medlemmar i Svenska kyrkan med 700 000 personer och antalet konfirmander minskade med nästan 10 000 ungdomar från 2009 till 2016 (Olsson, 2019, s. 20, 23). De kristna förlagen har drabbats hårt av det allt mer sekulariserade landet och Libris, Sveriges näst största kristna förlag efter Verbum, har haft röda siffror sedan 2009 och fick hösten 2018 säga upp sex av åtta anställda för att hålla sig flytande (Olsson, 2019, s. 20).

För att överhuvudtaget ha en chans att överleva behöver förlagen utveckla sin försäljning av så kallade non-books, något som Verbum gjort. De lutar sig mot sitt armband, Frälsarkransen, som är ett slags modernt radband av glaspärlor. Men även den storsäljaren, som under de första fem åren sålde 400 000 stycken, har tappat i försäljning (Olsson, 2019, s. 25).

Det alla de största förlagen har gemensamt är just non-books och det verkar som att det är rätt väg att gå, att försöka grena ut försäljningen på andra saker än böcker. Exempel på non-books är presentartiklar, smycken, samtalsmaterial eller prydnadssaker (Olsson, 2019, s. 26).

Strategin framöver besvaras med att det finns ett behov av att se över sina sociala medier, men att förlagen anser det vara någonting svårt. Christer Brosché, vd för Argument förlag som är det tredje största kristna förlaget i Sverige, menar att det kanske troligtvis är en fråga för den nya generationen som tar över (Olsson, 2019, s. 26).

Efter att ha sökt runt på internet kunde författaren till uppsatsen ganska snart konstatera att utbudet på den engelska marknaden var betydligt större än den svenska marknaden. Kristna ljudböcker fanns hos alla stora bokhandlare, som exempelvis Audible och Google Audiobooks, som även säljer ljudböcker styckvis.

Efter att ha forskat kring kristna ljudboksbokhandlar internationellt så fann författaren fyra stycken företag som är dedikerade till endast kristna ljudböcker. Christianaudio, Oasis Audio, Thomas Nelson Word, Zondervan, där Christianaudio är dominerande i sin storlek (Learn Out Loud, 2021), med över 7 500 ljudböcker, undervisning och intervjuer med över 55 kristna förläggare, församlingar och organisationer (Christianaudio, 2021).

Christianaudio startade 2004 och deras mål har alltid varit att bli den största leverantören av nedladdningsbara ljudböcker med ett kristet innehåll på nätet (Christianaudio, 2021).

Deras vision och mission, som de skriver på sin hemsida, är att vara den mest betrodda platsen på internet för förnyelse och tillväxt av själen (Christianaudio, 2021). De vill vara ett verktyg för kristna människor som vill forma sina hjärtan att göra det rätta efter sin tro. Detta vill de hjälpa till med genom att tillgängliggöra kristen litteratur via ljudböcker.

Många av dessa fyra företags ljudböcker finns att hitta på svenska streamingtjänster, dock på engelska.

5 Resultat och analys

Detta avsnitt kommer att redovisa resultatet som framkommit efter enkätundersökningen (se bilaga 1 för att studera enkäten i sin helhet). För att se diagram på alla enkätsvaren gå till bilaga 3.

5.1 Svarspersonerna

Personerna som svarade på enkäten var i en klar majoritet kvinnor i åldersspannet 26-35 (vilket var 42,5 % av svarspersonerna). 70% av alla 40 som svarade på enkäten var kvinnor och endast 30% var män.

Det näst största åldersspannet som svarade i enkäten var ungdomar mellan 16-25 (vilket motsvarade 30% av svarspersonerna) och den tredje största kategorin som svarade på enkäten var i åldersspannet 56-65 (12,5 %).

Enkäten nådde flest personer genom att någon annan delade den med dem. 75% av svarspersonerna fick enkätlänken delad eller skickad till sig medan övriga 25% hittade enkäten via Facebook-inlägg i någon av grupperna som nämndes under *Metod* (se avsnitt 4).

Att svarspersonerna var i hög grad kvinnor var ingenting som överraskade och inte heller de åldersspannen som svarade på enkäten. Det stämmer in på forskning kring sociala medier att det är kvinnliga användare som har en tendens att svara och delta (Ström & Wiksten, 2015, s. 10–13). Däremot förvånades författaren över att det var en så pass stor andel som fått länken delad eller skickad till sig och inte hittade den i ett Facebook-inlägg. Dock är det i efterhand inte så överraskande när det jämförs med vilka som valde att svara på enkäten. Gruppen kvinnor i åldersspannet som var i majoritet har en tendens att svara och delta på exempelvis enkäter där de ser att de kan göra en skillnad, till skillnad från andra kön eller åldersgrupper (Ström & Wiksten, 2015, s. 10–13).

De kristna förlagen idag har en väldigt lojal kundkrets, någonting som de lutar sig mot i hög grad. De är medvetna om att de har kunder och att deras fysiska böcker kommer att sälja vilket gör att det finns en trygghet i att böckerna som publiceras kommer att tryckas. Detta inger ett lugn och en trygghet som gör att förlagen har möjlighet att avvakta med ny teknik och andra format. De känner sig ännu inte pressade att utveckla sig och hitta nya vägar för att nå fler kunder, även om det är någonting som de funderar på. Varför ändra ett framgångsrikt koncept?

Men vad händer när konsumentens behov inte längre blir uppfyllda? Konsumenterna rör sig inte endast bland de kristna förlagen och läser inte endast kristen litteratur. Precis som alla

andra svenska är de medveten om tekniken som finns (det vill säga andra format av den fysiska boken) och vet hur den används. Detta skapar i sin tur ett behov hos konsumenten att även kunna få, exempelvis, lyssna på kristen litteratur lika mycket som profan litteratur. När dessa behov då inte uppfylls, kommer det att resultera i att konsumenten letar sig vidare till andra förlag? Kanske till och med börja leta sig till kristna förlag utomlands. Engelska är inte längre en språkbarriär för majoriteten av dagens konsumenter och det kan hända att konsumenterna letar sig vidare till den internationella marknaden för att få sina behov tillfredsställda. Kommer då den svenska kristenheten att amerikaniseras och hur blir det då med det kristna kulturarvet? Detta är någonting som de kristna förlagen i Sverige behöver tänka på.

5.2 Läsning och/eller lyssnande av böcker

I frågan kring svarspersonernas läsning gick det att konstatera att 30 % av de 40 svarande sa att de läste ibland, men lyssnade inte alls på ljudböcker vilket var en förvånande upptäckt. Ljudbokslyssnandet har i Sverige ökat och det går att se att allt speciellt läsare tenderar att utöka sina läsning genom att även lyssna på böckerna. Många tror att det är någonting negativt att ljudboken har den flexibiliteten som den har i jämförelse med den fysiska boken. Kristoffer Lind menar att det är en missuppfattning och att redan aktiva läsare tenderar att utöka och prova på läsning i andra genrer när de kan lyssna på boken istället för att behöva köpa den fysiska (Svenska Förläggarföreningen, 2019, .9). Endast 5 % av svarspersonerna svarade att de läste och lyssnade mycket vilket var lika mycket som de 5 % som svarade att de aldrig läste och inte heller lyssnade någonting på ljudböcker.

22,3 % svarade att de ibland läste böcker och lyssnade även lite på ljudböcker och 15 % svarade att de läste mycket, men inte alls lyssnade på ljudböcker. Att denna grupp har valt att läsa böcker, men inte lyssna på ljudböcker kan bero på många olika saker. Det kan exempelvis vara en av de saker som Rubery tar upp som kritiken mot ljudboken (se avsnitt 4.1.2) (Rubery, 2011, s. 10ff), men det kan även bero på den fysiska bokens status bland den kristna publiken. Kristen litteratur har haft en väldigt aktad roll och den heliga skriften, den heliga boken Bibeln, har ansett ha ett annat värde än en vanlig bok. Detta kan vara ett resultat till att kristna troende inte vill att kristen undervisning ska finnas som en simpel och kommersiell ljudbok. Ända sedan tidig medeltid har skrivandet och den fysiska boken ansetts vara en lyx som tillhörde överklassen, men framförallt klosterväsendet vilket resulterade i att majoriteten av det som skrevs ner var av religiös natur (Steiner, 2019, s. 59). Detta resulterade

i att statusen för de religiösa böckerna steg i höjden och var högt aktad under lång tid. Skrivkonsten tros troligtvis ha tillfört mycket makt till kyrkan och klosterväsendet och gjorde att det som skrevs ner fick auktoritet (Steiner, 2019, s. 59). Dessutom så blev läsningen betydligt viktigare bland gemeneman under 1700-talet då svensken var tvungen att kunna studera inför bibelförhören. Om svensken inte fick godkänt på sina bibelförhör kunde denne inte konfirmeras och var denne inte konfirmerad kunde denne inte ingå äktenskap (Tombrock, 2014, s. 6). Alla dessa parametrar bidrog till den höga statusen på den fysiska boken och det går att se hur detta lever kvar bland den kristna litteraturen. Kanske är det så att kristen undervisning ”anses” vara fysiskt och inte i något så kommersiellt som en ljudbok?

75 % svarade att de läste färre än 1 bok i månaden och 12,5 % svarade att de läste ungefär 1 bok i månaden. Detta kan därför uppfattas som att det därför inte finns en efterfrågan av kristen litteratur överhuvudtaget, men det kan även betyda att just avsaknaden av kristen litteratur och kristna ljudböcker gör att läsningen går ner. Det finns ingenting som säger att läsningen inte skulle gå upp om utbudet existerade och utökades.

En annan förklaring till det låga antalet böcker som lästes av svarspersonerna kan bero på den åldersgrupp som svarade. De två största grupperna är personer som var 16–35 vilken är en ålder då personer utbildar sig och har mycket annan läsning, vilket då kan dra ner på nöjesläsningen. Detta kan bekräftas av att 60 % svarade ja på fråga 6 och var intresserade av en streamingtjänst med endast kristna ljudböcker.

5.3 Genre och format

I frågan om genre och format svarade 30 % att de gärna skulle lyssna på biografier och livsberättelser och 10 % att de ville lyssna på alla genrer om det hade funnits.

Det resultatet stämmer väldigt bra överens med vad som säljs som fysisk bok inom kristen litteratur idag. Joel Sjöberg, VD för Sjöbergs förlag, säger att det som säljs mest och som flest av kunderna vill ha är just livsberättelser och biografier. De två mest sålda böckerna genom förlagets historia är just livsberättelser (*Bara ljuset kan besegra mörkret* av Sebastian Stakset och *Himlen finns på riktigt* av Todd Burpo och Lynn Vincent). Då räknade Joel inte in försäljningen av biblar vilket är en stor del av förlagets försäljning.

5 % av svarspersonerna gav egna alternativ på genrer vilket var kyrkohistoria, kristen podcast, andakter via bibelappar och just själva Bibeln.

På frågan vad som svarspersonen tyckte om digitala ljudböcker (i en streamingtjänst) i jämförelse med ljudböcker (sålda styckvis) svarade 60 % att de skulle vara intresserade av

någon form av kristen streamingtjänst för ljudböcker. Detta stämmer bra in på vad som sagts om streamingtjänsternas fördelar. De digitala streamingtjänsterna för ljudböcker visar på att användningen och flexibiliteten gör dessa tjänster attraktiva. Genom att kunna prova produkten istället för att köpa en bok och sedan bli besviken så kan personen i fråga prova produkten och sedan ångra sig utan att det läggs på en kostnad. Kunden kan prova hur många böcker denne vill och läsa hur många böcker denne vill utan att priset ändras, vilket är den starkaste fördelen för de digitala streamingtjänsterna (Svenska Förläggarföreningen, 2019, s. 30). Även detta kan vara någonting som lockar den kristna publiken att vilja ha en streamingtjänst för kristna ljudböcker.

Resultatet visar på ett intresse av nya format, men ändå väljer förlagen att inte utöka sitt varumärke för att bemöta konsumenten. En teori är att förlagen redan har en oerhört lojal kundkrets vilket gör att de inte har ett lika starkt behov av att bredda sig och utöka sitt varumärke. Efter att Gutenbergs boktryckarkonst fick sitt genomslag i Europa så blev det snabbt normen att boken var det ”rätta” sättet att sprida kunskap. Det ansågs vara mer tillförlitligt och i västvärlden värderades den tryckta källan högre än den muntliga. Det resulterade i att den tryckta boken fick en högre status och snabbt fördes den in i skolor. Rubery menar att denna status lever kvar hos oss idag (Rubery, 2011, s. 10ff). Dock är detta något som håller på att förändras. Det kan de bli aktuellt längre fram då konsumentens behov inte längre kommer att tillfredsställas av vad förlagen har att erbjuda inom kristen litteratur. Detta kan resultera i att lojaliteten bryts och konsumenten letar sig vidare till ett annat förlag som kan erbjuda det format som konsumenten letar efter.

6 Diskussion och slutsatser

För att kunna få ett ärligt svar på frågan, hur efterfrågan på ljudböcker ser ut hos minoritetsgruppen som läser och lyssnar på kristen litteratur, behövs en insamling av ett större material, men det går att se att en efterfrågan av kristna ljudböcker finns bland svarspersonerna. Även om efterfrågan är lägre än väntat så finns det ett intresse och en efterfrågan av en typ av litteratur och ett format som idag inte finns på marknaden. Denna undersökning kan vara en indikation på att efterfrågan kan utvecklas och växa efter att utbudet uppenbarats. Dessutom svarade 60 % av svarspersonerna att de var intresserade av en tjänst med kristna ljudböcker, vilket indikerar på att det finns en efterfrågan även om resultatet visar att svarspersonerna inte läser så mycket.

En annan förklaring kan ha med vad Honneth säger om erkännande. Genom att tillhöra en minoritetsgrupp så vill personerna bli representerade bland utbudet och därför kämpar för en sak som de själva kanske inte är lika aktiva i. Detta för att hjälpa andra i samma minoritetsgrupp och få erkännande av övrig befolkning.

Erkännande-teorin fokuserar på konflikten mellan sociala grupper, snarare än mellan individer, och uppmärksammar de som tystats och marginaliserats. Kampen mot sociala orättvisor, som mångt och mycket hänger samman med olika former av socialt förnekande av erkännande, är centralt i den här frågan. Det visar att det är en politisk och social teori och inte bara en moralisk (Anderson, 2011, s. 51; Renault, 2011, s. 207). Institutioner, och i det här fallet stora företag, kan tänkas spela en viktig roll i den sociala dimensionen när det kommer till att ge ett erkännande till sociala grupper. Renault beskriver att ett förnekande av erkännande kan resultera i stigmatisering, social osynlighet och en splittring i sin identitet eftersom de inte får möjlighet att identifiera sig med sitt sociala sammanhang på grund av normer (Renault, 2011, s. 218–228). Detta gör representationen och erkännandet av minoritetsgrupper viktigt för de människor som identifierar sig till en, och i detta fall en kristen person som vill ta del av kristen litteratur genom att lyssna istället för att läsa.

Här kan även den ovanliga effekten av ljudboksläsningens popularitet komma in. I Svenska förläggarföreningens undersökning upptäckte de en effekt som de inte hade räknat med till varför allt fler lyssnade på ljudböcker. Det fanns nämligen ett behov av mänskligt sällskap. Ensamma människor valde att lyssna på ljudböcker för att skapa sig själva en känsla av att de inte var ensamma när de lyssnade på någon annan människas röst (Svenska förläggarföreningen, 2019, s. 29). Detta med en belysning av Honneth teori om erkännande gör att frågan ställs om det inte är så att det kan finnas kristna lyssnare som vill höra andra kristna lyssnare för att veta att de inte är ensamma. Eftersom kristenheten tillhör en minoritet i vårt samhälle kan det vara svårt att finna likasinnade, men genom att lyssna på kristna ljudböcker kan personen skapa sig en känsla av sammanhang i samband med att de känner sig erkända och bekräftade. Någoting som är vitalt för personens eget utvecklande av självförtroende, självrespekt och självkänsla som ligger till grund för att kunna förverkliga sig själv (Honneth & Heidegren, 2003, s. 7–8). Detta kan leda till att kristna konsumenter letar sig vidare utomlands för att få tag på kristna ljudböcker och den största marknaden ligger i USA. Kommer då mycket av den svenska kristenheten att amerikaniseras? Det finns en risk för det. Kristenheten i USA och Sverige skiljer sig åt och det finns en risk att det kristna kulturarvet i Sverige på sikt då blir utklassat av amerikansk kristenhet. Detta är någoting

som behöver tas in i beräkning när kristna konsumenter letar sig vidare för att få sina behov tillfredsställda och de kristna förlagen i Sverige i kan tillgodose dem.

Hur kommer det sig då att de kristna förlagen inte producerar lika många ljudböcker som profana förlag?

Ljudboken har gått igenom en stor teknisk utveckling och genom det digitala formatet så har den fått en ny roll i samhället idag. Precis som att distributionen av fonografrullar och vinylskivor var betydande för dennes tid så är det digitala formatet betydande för vår samtid. Skillnaden över de 150 åren är att förut så var ljudboksformatet otympligt och svårhanterligt, medan den digitala revolutionen gjorde det lätt att hantera ljudboken på ett sätt som vinylskivor och cd-skivor aldrig kunde (Schnider, 2020, s. 8).

Genom det strömmande formatet kan vi med enkla klick navigera oss i ljudboken och behöver inte stanna upp mitt i läsningen och exempelvis byta skiva eller kassetband (Schnider, 2020, s. 8).

Det är just den här digitala utvecklingen som de kristna förlagen inte klarat av att hänga med i. Förändringen i produktion och distribution är en kostsam process och det är någonting som de så nischade förlagen inte vågat satsa på. Joel Sjöberg, vd för Sjöbergs förlag, menar att det är ett risktagande som de inte vet om de kommer att gynnas av i framtiden. Att ladda upp sina böcker på exempelvis Storytel kan resultera i att boken ”drunknar” bland titlarna och en så nischad bok, som exempelvis en kristen undervisningsbok, riskerar att göra just det. Frågan blir då om det är ekonomiskt hållbart att producera ljudböcker eller bara fortsätta att producera fysiska böcker till den trogna publik som de har.

Det finns även en rädsla av att ett ökat ljudboksanvändande skulle resultera i att färre fysiska böcker säljs. Precis som i debatten kring ljudböcker så finns det en känsla av att ljudböckerna skulle ”äta” på de andra formaten, men detta är med stor sannolikhet inte en helt korrekt bild då ljudboken endast består av en procent av medelsvenskans konsumerande av media och boken består av sex procent (Svenska förläggarföreningen, 2019, s. 34).

Efter att ha undersökt området kring kristna ljudböcker bland minoritetsgruppen av kristna frikyrkotroende så finns det en vilja att bli erkända och finnas representerade.

Svarspersonerna i enkätundersökningen svarar att de inte är aktiva läsare, men ändå är de intresserade av en kristen streamingtjänst för ljudböcker. Detta går att hänvisa tillbaka till Honneth teori om erkännande. Genom att bara finnas på marknaden så blir det att de syns och att fler kan få en förståelse för vilken minoritetsgrupp de är och vad de står för. Därför kan det vara så att själva boken, den kristna ljudboken, kan representera mycket mer än just bara en

kommersiell produkt. Det är ett sätt att visa på att den här minoritetsgruppen finns och att de är en del av befolkningen. Att inte glömmas bort eller göras till stereotyper.

Dock går det också att se att det finns en stark koppling till den fysiska boken. Genom Bibeln och andra religiösa texter så har den kristna undervisningen (och där också den kristna nöjesläsningen) blivit någonting aktat och någonting som behöver skyddas. Det kan vara en förklaring till att det finns ett motstånd till att ”följa med strömmen” av vad som är populärt i resten av landet. Inom kristendomen finns mottot av att ”vi ska leva i världen inte av den” vilket kan bidra till ett tankesätt att inte vända kappan efter vinden. Någonting som man kan ses göra om man hoppar på varje trend som dyker upp.

Förlagen menar på en annan verklighet. Den omställning som behöver göras var tuff även för de stora och etablerade förlagen vilket gör att påfrestningen på de mindre nischade förlagen blir ännu större. De behöver se att satsningen går att få tillbaka innan de vågar sig på en sådan stor ekonomisk risk, om de nu ens har kapitalet att kunna riskera en sådan omställning. Annars kan det riskera i en konkurs och upphörande av det förlaget. Ett exempel på risker som inte gick vägen var den som Libris gjorde då de försökte att ta sig in på den profana marknaden vilket resulterade i mångmiljonförlust och att sex av åtta anställda fick sägas upp (Olsson, 2019, s. 20).

Slutsatsen av undersökningen visar att den kristna ljudboken ändå är på väg, men att det går betydligt långsammare än vad det gör för övriga förlag i Sverige. Förlagen är inte i lika starkt behov av att förändras i den hastigheten eftersom de har en trogen publik som köper, och i vissa fall till och med skänker pengar till förlagen som en gåva för deras arbete. Det kristna tänket är på ett annat plan än bara att sälja och ge ut böcker. De ser det som en sorts av mission och att varje bok är en chans och ett sätt att nå ut med budskapet, vilket gör att förhållandena blir annorlunda i jämförelse med de profana förlagen.

Sedan kan det även handla om att en generationsväxling är på väg. Det kan finnas ett tank kring att en förändring ska göras, men att det får bli den nya generationens uppdrag. Christer Brosché, vd för Argument förlag, är 71 år och säger just det, att det är en fråga för den nya generationen som tar över att ta hand om det digitala som sociala medier (Olsson, 2019, s. 26). Kanske räknas även ljudboken in i den tanken?

Under uppsatsen gång blev det tydligt att forskning på den kristna delen av bokbranschen inte tycks vara särskilt omfattande. Ingen omfattande forskning har gjorts på området och det gäller både den kristna fysiska boken, den kristna ljudboken eller kristen litteratur i andra format. Den forskning som inkluderar kristen litteratur är oftast bibliska skrifter, texter direkt

från Bibeln, samt kringliggande skrifter. Forskningsområdena som berör kristen litteratur rör sig ofta inte in på 1900-talet och framåt och den moderna kristna litteraturen i Sverige tycks nästan inte alls beröras. Kristen litteratur tycks nästan uppfattas som någon slags andrahandslitteratur, en trosuppfattning som är lite på låtsas, någonting som är intressant i jämförelse med andra minoritetsgrupper i Sverige som exempelvis judendom, islam eller samer. Gruppen av troende kristna i Sverige skiljer sig från andra minoritetsgrupper, på det sätt att de inte har en självklar plats bland minoritetsgrupperna och ses ner på, vilket tycks bli ännu tydligare i frågan om litteraturen, som blir en del av den kristna kulturen. Hur detta kommer sig kan författaren inte svara på, utan är en fråga för framtida forskare.

Därför tror författaren till den här uppsatsen att det finns många stora områden för vidare forskning när det gäller just kristen litteratur och de olika formaten inom denna nischade del av bokbranschen.

Källförteckning

Tryckt material

Anderson, J. (2011). Situating Axel Honneth in the Frankfurt School Tradition. In D. Petherbridge (Ed.), *Axel Honneth - Critical Essays: With a reply by Axel Honneth* (s. 31-57). Leiden: Brill.

Boréus, K. & Kohl, S. (2018). Innehållsanalys. I K. Boréus & G. Bergström (red.), *Textens mening och makt: Metodbok i samhällsvetenskaplig text- och diskursanalys* (Fjärde upplagan. Ed., s. 49-92). Lund: Studentlitteratur.

Danius, S. (2000). *Den blå tvålen*. Stockholm: Bonnier.

Dreyer, O., Engström, L., & Miodrag, A. (2018). Ljudboken: en flykt för (främst) den unga vita kvinnan - En semiotisk analys av Storytels marknadsföring ur ett intersektionellt perspektiv. Hämtad den 4 mars 2021 från <http://www.diva-portal.org/smash/record.jsf?pid=diva2%3A1216936&dswid=3804>

Esaiasson, P., Gilljam, M., Oscarsson, H., Towns, A., & Wängnerud, L. (2017). *Metodpraktikan : Konsten att studera samhälle, individ och marknad* (Femte upplagan. ed.). Stockholm: Wolters Kluwer.

Have, I., & Stougaard Pedersen, B., (2016). *Digital audiobooks: new media, users, and Experiences*. New York: Routledge, Taylor & Francis Group

Honneth, A., & Heidegren, C. (2003). *Erkännande : Praktisk-filosofiska studier*. Göteborg: Daidalos.

Lindén, J. (2019). Ljudbokens intåg: vad händer med läsförståelsen vid ökad uppspelningshastighet? Hämtad den 15 maj från <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:1373810/FULLTEXT01.pdf>

Litteratur TT. (2019). Ljudboken snart ikapp pappersboken. *Svensk Bokhandel*. Hämtad 17 februari 2020 från <https://www.svb.se/tt-news#node-537237>

Melin, F. (1999). *Varumärkesstrategi: om konsten att utveckla starka varumärken*. Malmö: Liber ekonomi.

Mossberg, L. & Sundström, M. (2011). *Marknadsföringsboken*. Lund: Studentlitteratur.

Renault, E. (2011). The Theory of Recognition and Critique of Institutions. In D. Petherbridge (Ed.), *Axel Honneth - Critical Essays: With a reply by Axel Honneth* (s. 207-231). Leiden: Brill.

Rubery, M. (red.) (2011). *Audiobooks, literature, and sound studies*. New York: Routledge

Rubery, M. (2016). *The Untold Story of the Talking Book*. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press

Schnider, R. (2020). Att läsa med öronen! Ljudboken som utmaning och möjlighet i gymnasieskolan. Hämtad den 25 mars 2021 från <https://lup.lub.lu.se/luur/download?func=downloadFile&recordOid=9021120&fileOid=9021129>

Steiner, A. (2017). The Modern Swedish Book Business, 1800–2000. *Oxford Research Encyclopedia of Literature*. Hämtad 22 januari 2020 från https://canvas.education.lu.se/courses/2592/pages/kurslitteratur-delkurs-1?module_item_id=58646

Steiner, A. (2019). *Litteraturen i mediasamhället*. (Fjärde [omarbetade och aktualiserade] upplagan) Lund: Studentlitteratur.

Ström, J. och Wiksten, I. (2015). Sociala medier – en påverkande faktor på identitetsutveckling och psykiskt välbefinnande En kvalitativ studie om unga kvinnors uppfattningar och erfarenheter av sociala medier hämtade 2021-05-26 från <https://www.diva->

portal.org/smash/get/diva2:927106/FULLTEXT01.pdf

Olsson, E. (2019). Den kristna krisen. Fokus: Kristna förlag. *Svensk Bokhandel: 2019(2)*, 17-26

Svenska Förläggarföreningen. (2019). *Ljudboken: hur den digitala logiken påverkar marknaden, konsumtionen och framtiden*. Hämtad den 4 mars 2021 från https://www.forlaggare.se/sites/default/files/ljudboken_rapport_web_0.pdf

Toijer-Nilsson, Y. (1976). *Tro och otro i modern barnlitteratur*. Stockholm: Verbum.

Tombrock, A. (2014). Om läsning: en litteratursociologisk undersökning om läsning av olika medier. Hämtad den 22 maj 2021 från <http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:894935/FULLTEXT01.pdf>

Wolfson, G. (2008). Using the audiobook to meet the needs of adolescent readers. *American Secondary Education* 36(2). 104-112.

Otryckt material

Christianaudio. (2021). *Mission & Vision*. Hämtad den 5 maj 2021 från <https://christianaudio.com/about>

Learn Out Loud. (2021). *Christian Audio Book Publishers*. Hämtad den 14 maj 2021 från <https://www.learnoutloud.com/resources/Christian-Audio-Book-Publishers/5/18>

Bilaga 1: Enkätundersökningsfrågor

1. Kön

Kvinna

Man

Ickebinär

Vill ej medge

2. Ålder

16-25

26-35

36-45

46-55

56-65

66-75

86-95

96+

3. Är du sen tidigare en aktiv läsare och lyssnare av böcker?

Jag läser mycket och lyssnar på mycket ljudböcker

Jag läser mycket och lyssnar lite på ljudböcker

Jag läser mycket och lyssnar inte alls på ljudböcker

Jag läser ibland och lyssnar mycket på ljudböcker

Jag läser ibland och lyssnar lite på ljudböcker

Jag läser ibland och lyssnar inte alls på ljudböcker

Jag läser aldrig och lyssnar mycket på ljudböcker

Jag läser aldrig och lyssnar lite på ljudböcker

Jag läser aldrig och lyssnar inte alls på ljudböcker

4. Hur många böcker lyssnar du i snitt på varje månad?

Färre än 1 bok

1

2

- 3
- 4
- 5
- 6+

5. Vilken typ av kristna ljudböcker skulle du helst vilja lyssna på?

Biografier/Livsberättelser

Uppbyggelseböcker

Andaktsböcker

Kristna vardagsberättelser (fiktion)

Barnböcker

Ungdomsböcker

Deckare/Thriller

Fantasy/Sci-Fi

Romance

Allt

Annan genre så som: _____

6. Skulle du vara intresserad av en streamingtjänst med kristna ljudböcker (exempelvis en tjänst som Storytel och BookBeat)?

Ja, det skulle jag definitivt vara

Nej, det är inget som intresserar mig

7. Varifrån fick du tag på den här enkäten?

Jag hittade den i ett Facebook-inlägg

Någon skickade den till mig

Annat: _____

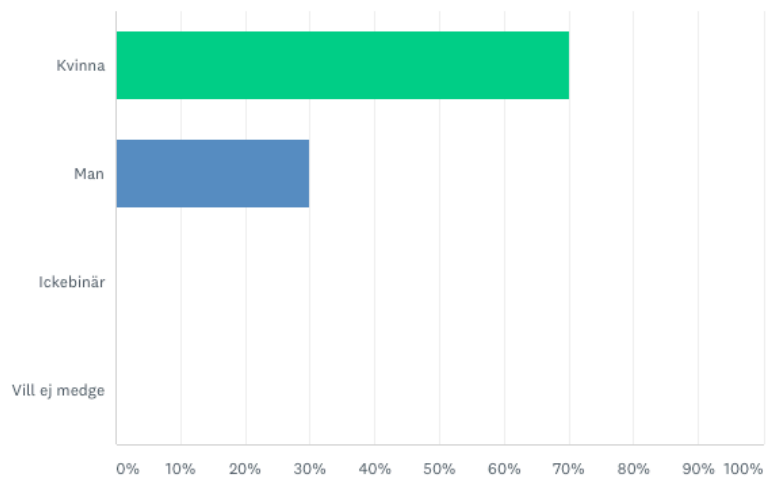
Bilaga 2: Intervjuguide

1. Vilken typ av litteratur ger förlaget ut?
2. Vilken typ av litteratur säljer bäst?
3. Har förlaget några ljudböcker?
 - a. Digitala ljudböcker?
 - i. Var finns de?
 - ii. Vilka och hur många titlar?
 1. Varför just de utvalda titlarna?
4. Hur kommer det sig att ni inte har fler titlar?
5. Är ljudböcker en prioritering på förlaget (det vill säga att utveckla)?
 - a. Varför/ varför inte?

Bilaga 3: Diagram på enkätsvar

Kön

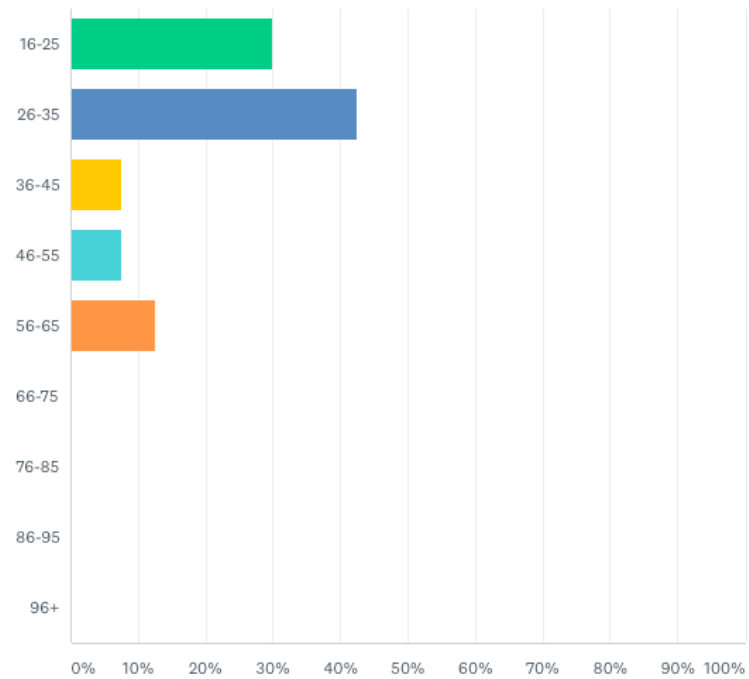
Svarade: 40 Hoppade över: 0



SVARSVAL	SVAR
▼ Kvinna	70,00 % 28
▼ Man	30,00 % 12
▼ Ickebinär	0,00 % 0
▼ Vill ej medge	0,00 % 0
TOTALT	40

Ålder

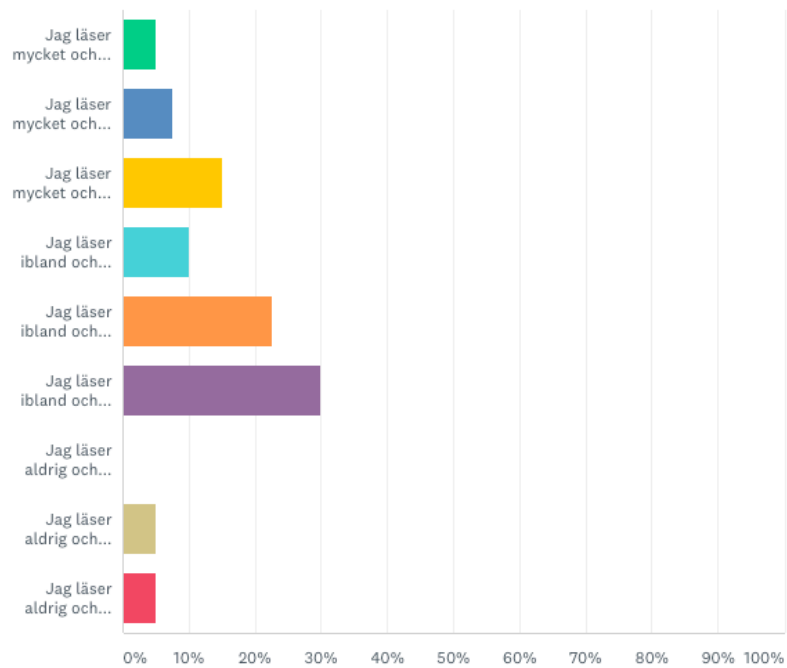
Svarade: 40 Hoppade över: 0



SVARSVAL	SVAR
▼ 16-25	30,00 % 12
▼ 26-35	42,50 % 17
▼ 36-45	7,50 % 3
▼ 46-55	7,50 % 3
▼ 56-65	12,50 % 5
▼ 66-75	0,00 % 0
▼ 76-85	0,00 % 0
▼ 86-95	0,00 % 0
▼ 96+	0,00 % 0
TOTALT	40

Är du sen tidigare en aktiv läsare och lyssnare av böcker?

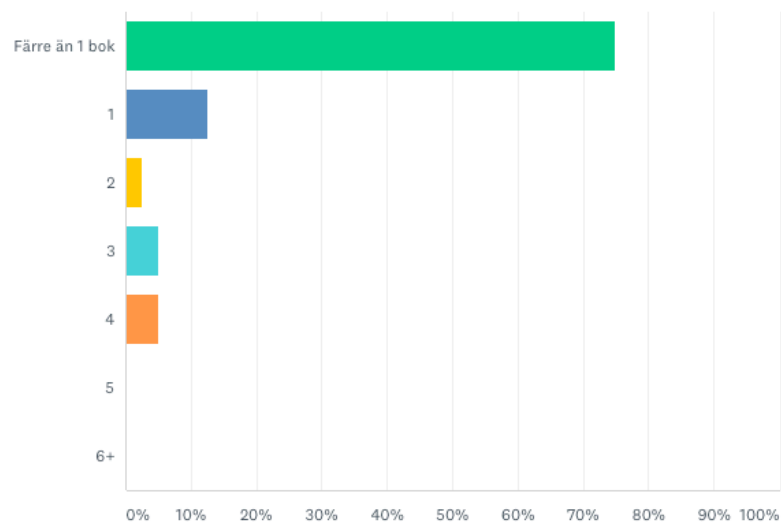
Svarade: 40 Hoppade över: 0



SVARSVAL	SVAR
▼ Jag läser mycket och lyssnar på mycket ljudböcker	5,00 % 2
▼ Jag läser mycket och lyssnar lite på ljudböcker	7,50 % 3
▼ Jag läser mycket och lyssnar inte alls på ljudböcker	15,00 % 6
▼ Jag läser ibland och lyssnar mycket på ljudböcker	10,00 % 4
▼ Jag läser ibland och lyssnar lite på ljudböcker	22,50 % 9
▼ Jag läser ibland och lyssnar inte alls på ljudböcker	30,00 % 12
▼ Jag läser aldrig och lyssnar mycket på ljudböcker	0,00 % 0
▼ Jag läser aldrig och lyssnar lite på ljudböcker	5,00 % 2
▼ Jag läser aldrig och lyssnar inte alls på ljudböcker	5,00 % 2
TOTALT	40

Hur många böcker lyssnar du i snitt på varje månad?

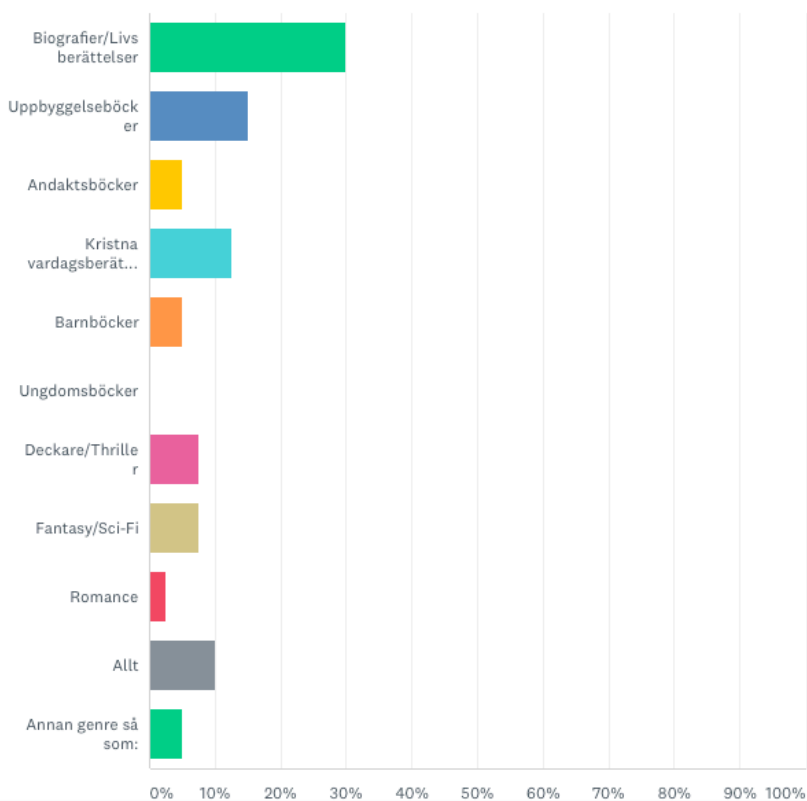
Svarade: 40 Hoppade över: 0



SVARSVAL	SVAR	
▼ Färre än 1 bok	75,00 %	30
▼ 1	12,50 %	5
▼ 2	2,50 %	1
▼ 3	5,00 %	2
▼ 4	5,00 %	2
▼ 5	0,00 %	0
▼ 6+	0,00 %	0
TOTALT		40

Vilken typ av kristna ljudböcker skulle du helst vilja lyssna på?

Svarade: 40 Hoppade över: 0



SVARSVAL	SVAR
▼ Biografier/Livsberättelser	30,00 % 12
▼ Uppbyggelseböcker	15,00 % 6
▼ Andaktsböcker	5,00 % 2
▼ Kristna vardagsberättelser (fiktion)	12,50 % 5
▼ Barnböcker	5,00 % 2
▼ Ungdomsböcker	0,00 % 0
▼ Deckare/Thriller	7,50 % 3
▼ Fantasy/Sci-Fi	7,50 % 3
▼ Romance	2,50 % 1
▼ Allt	10,00 % 4
▼ Annan genre så som:	Svar 5,00 % 2
TOTALT	40

Visar 2 svar

Kyrkohistoria

2021-04-16 11:38

[Visa svar](#)

[Lägg till taggar](#) ▼

Kristen Podcast, andakter via BibelApp och även Bibeln förstås

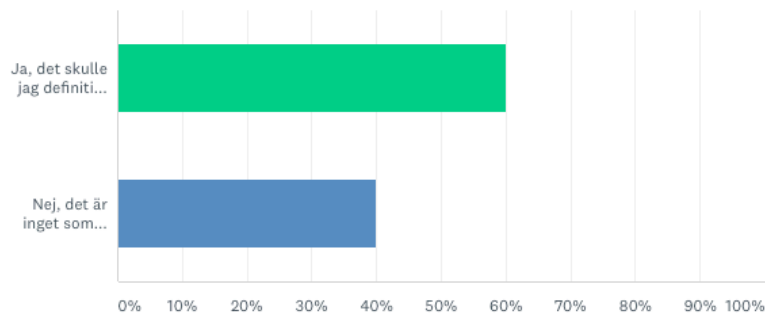
2021-04-16 10:55

[Visa svar](#)

[Lägg till taggar](#) ▼

Skulle du vara intresserad av en streamingtjänst med kristna ljudböcker (exmpelvis en tjänst som Storytel och BookBeat)?

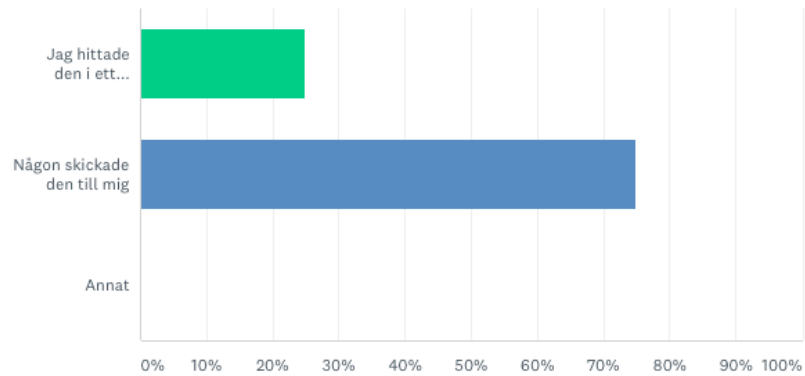
Svarade: 40 Hoppade över: 0



SVARSVAL	SVAR
▼ Ja, det skulle jag definitivt vara	60,00 % 24
▼ Nej, det är inget som intresserar mig	40,00 % 16
TOTALT	40

Varifrån fick du tag på den här enkäten?

Svarade: 40 Hoppade över: 0



SVARSVAL	SVAR	
▼ Jag hittade den i ett Facebook-inlägg	25,00 %	10
▼ Någon skickade den till mig	75,00 %	30
▼ Annat	Svar 0,00 %	0
TOTALT		40