

Lunds universitet
Förlags- och bokmarknadskunskap
Institutionen för kulturvetenskaper
Handledare: Sara Tanderup Linkis
Examinator: Sara Kärrholm
2023-06-02

Elsa Wallerö
FBMK12

Läs dig bättre

En analys av skapandet och mottagandet av bästsäljande självhjälpböcker

Abstract

The market for self-help books has rapidly expanded and gained influence over the last couple of years, partially due to social media users increasing the genres status on the book market. This essay will look at three different bestselling books within the genre: *Atomic Habits*, *The Body Keeps the Score*, and *The Subtle Art of Not Giving a F*ck*. It will analyse them using case studies and different theories such as bestseller-theory, paratext analysis, and convergence theory. It will analyse their marketing, reception, and status' on both the international and Swedish book markets. It will also discuss the possible circumstances and causes that have attributed to the genres increased popularity, the books' bestseller-status and their popularity on social media.

The results show that the marketing of the books emphasizes their bestseller-status and promises the reader a better life in various ways, such as becoming more effective, healing trauma and being happier. In turn, the reception of the books is overall positive, with the criticism claiming that they are too repetitive and American. Their success can in part be attributed to social acceleration and the search for optimisation, as well as the pandemic and the increased influence over the market forces that consumers have gained due to social media and convergence culture.

Key words: Publishing studies, marketing, reception, self-help books, bestsellers, social media, TikTok

Nyckelord: Förlagskunskap, marknadsföring, mottagning, självhjälplitteratur, bästsäljare, sociala medier, TikTok

Inledning.....	1
Syfte och frågeställningar.....	2
Tidigare forskning	3
Teori.....	6
Material.....	8
Metod.....	10
Bakgrund	11
Självhjälpsbokens popularitet.....	11
Självhjälpsboken på den svenska bokmarknaden.....	11
De utvalda böckerna	12
Resultat och analys	14
Författarna	14
Säljtexterna och omslagen.....	15
Mottagande.....	18
Diskussion	25
Sammanfattning.....	28
Referenser.....	29
Bilaga 1 – Säljtexter	36
Atomic Habits – Penguin Random House.....	36
1%-metoden – Akademius Förlag	37
The Subtle Art of Not Giving a F*ck – HarperCollins.....	37
Den ädla konsten of not giving a f*ck – Adlibris.....	38
The Body Keeps the Score – Penguin Random House	38
Kroppen håller räkningen – Akademius förlag.....	39
Bilaga 2 – Omslag	40

Inledning

Den internationella marknaden för självhjälplitteratur har ökat exponentiellt de senaste åren, och i Sverige är facklitteratur den största genren inom utländska böcker.¹ Intresset för genren har ökat sen starten av pandemin och enligt *The Guardian* var självhjälpsböcker en trend som syntes tydligt under London Book Fair 2022.² En bidragande faktor till genrens ökade popularitet är troligtvis att den inte längre anses ha lika låg status som den haft tidigare. Paul Sweetman, ägare av en bokaffär, säger i en intervju med *The Guardian* att samhället inte längre ser ner på köpan det av självhjälpsböcker, utan att de idag i stället fungerar som en slags hedersutmärkelse, och att de anses vara lika bra att läsa som skönlitteratur.³

En bidragande faktor till genrens popularitet är TikTok, en relativt ny men stark makthavare på bokmarknaden.⁴ År 2022 köptes nästan en tredjedel av alla självhjälpsböcker på den brittiska marknaden av konsumenter som använder appen.⁵ Effekten TikTok har syns även i Svenska Förläggareföreningens topplista över utländska böcker, där i princip alla böcker på listan är BookTok-böcker, litteratur som blivit populär på TikTok. Bland dessa finns *Atomic Habits*, som är den enda boken på listan som inte är skönlitteratur.⁶ Boken utgör ett tydligt exempel på självhjälpbokens popularitet, då den blivit ett så pass stort fenomen att den sålt i över tio miljoner exemplar och översatts till över femtio språk. #atomichabits har även över 130 miljoner visningar på TikTok.⁷ Faktum är, att boken har blivit en så kallad bästsäljare.

¹ Svenska Bokhandlareföreningen & Svenska Förläggareföreningen, *Bokförsäljningsstatistiken 2022*, Stockholm: Svenska Bokhandlareföreningen och Svenska Förläggareföreningen, 2023.

² Sarah Shaffi, "What will we be reading next year? Five biggest trends from the London book fair", *The Guardian* 13-04-2022, <https://www.theguardian.com/books/2022/apr/13/what-will-we-be-reading-next-year-five-biggest-trends-from-the-london-book-fair> [Hämtad 2023-03-27]

³ Rob Walker, "Stressed Brits buy record number of self-help books", *The Guardian* 09-03-2019, <https://www.theguardian.com/books/2019/mar/09/self-help-books-stressed-brits-buy-record-number> [Hämtad 2023-03-30]

⁴ Claire Armitstead, "'After Lockdown, things exploded' – how TikTok triggered a books revolution", *The Guardian* 08-06-2022, <https://www.theguardian.com/books/2022/jun/08/lockdown-exploded-tiktok-books-revolution-booktok> [Hämtad 2023-04-02]

⁵ Jackie Swope, "'New Year, New Me': The Consumers Driving the Self-help Book Boom", *BookMachine* 27-02-2023, <https://bookmachine.org/2023/02/27/self-help-book-boom/> [Hämtad 2023-04-02]

⁶ Svenska Bokhandlareföreningen & Svenska Förläggareföreningen 2023.

⁷ TikTok, "#atomichabits", u.å., <https://www.tiktok.com/tag/atomichabits?lang=en> [Hämtad 2023-04-10]

TikTok, "#selfhelpbooks", u.å., <https://www.tiktok.com/tag/selfhelpbooks?lang=en> [Hämtad 2023-04-10]

Bästsäljare är de böcker som säljer mest, läses av många och frekvent diskuteras. På grund av det representerar de till viss del vad många konsumenter tycker är intressant och engagerande vid ett speciellt tillfälle, och kan därför säga oss någonting om bokmarknaden samt de existerande normerna och värderingarna i samhället.⁸ De kan också anses vara mer sociala fenomen än de är litterära. De har till viss del även en slags cirkulär funktion, då boken anses ha en högre kvalitet och ett högre värde ju fler som köper den.⁹ Det finns flera sätt att skapa 'buzz' kring en bok på, varav ett är att använda sig av läsare som har mycket makt. Vilka som har makt är dock något som skiftat till följd av ökad internetanvändning och sociala medier, och i dagens digitala samhälle kan dessa läsare med makt förstås som de läsare som pratar om böcker i sociala medier. Konvergenskultur måste således förstås som en viktig faktor när det kommer till att skapa bästsäljare.¹⁰

Uppsatsen ämnar undersöka hur de tre bästsäljande självhjälsböckerna *Atomic Habits (1%-metoden)*, *The Subtle Art of Not Giving a F*ck (Den ädla konsten of not giving a f*ck)* och *The Body Keeps the Score (Kroppen håller räkningen)* marknadsförs av sina förlag samt hur mottagningen av böckerna ser ut på olika plattformar. Detta för att kunna diskutera genrens status på bokmarknaden och diskutera eventuella orsaker bakom genrens nyfunna popularitet. Den kommer göra det genom att först presentera böckerna och författarna, för att sen analysera marknadsföringen av böckerna samt mottagningen de fått på olika plattformar, både internationellt och i Sverige. Uppsatsen kommer sen att diskutera omständigheterna kring böckernas och genrens popularitet och de samhälleliga förutsättningar som kan ha bidragit till att skapat den.

Syfte och frågeställningar

Syftet med uppsatsen är att skapa en djupare förståelse till självhjälsplitteraturens ökade popularitet och status på bokmarknaden. Detta ämnar uppsatsen göra via en fallstudie av de tre bästsäljande självhjälsböckerna: *Atomic Habits (1%-metoden)*, *The Subtle Art of Not Giving a F*ck (Den ädla konsten of not giving a f*ck)* och *The Body Keeps the Score (Kroppen håller räkningen)*. Genom detta ämnar uppsatsen vidare att studera den roll som

⁸ Jon Helgasson, Sara Kärrholm & Ann Steiner, "Introduction", i *Hype: Bestsellers and Literary Culture*, red. Jon Helgasson, Sara Kärrholm & Ann Steiner, Lund: Nordic Academic Press, 2014, s. 7

⁹ Jon Helgasson, Sara Kärrholm & Ann Steiner 2014, s. 13

¹⁰ Ann Steiner, "Serendipity, promotion, and literature", *Hype: Bestsellers and Literary Culture*, red. Jon Helgasson, Sara Kärrholm & Ann Steiner, Lund: Nordic Academic Press, 2014, s. 42

deltagarkultur spelar i skapandet av bästsäljare samt undersöka de orsaker som bidragit till böckernas och genrens ökade status och popularitet. Syftet är även att belysa fenomenet då det inte finns tidigare forskning inom ämnet, och att därmed skapa en bredare förståelse för det.

Uppsatsen kommer att göra detta genom att svara på två huvudsakliga frågeställningar:

- Hur har de tre bästsäljande självhjälsböckerna marknadsförts av förlagen?
- Hur har mottagandet för dessa böcker sett ut på plattformarna TikTok, Storytel och Instagram, och skiljer sig mottagandet mellan de olika plattformarna?

För att ge resultatet från de två frågeställningarna ett sammanhang kommer uppsatsen även att diskutera vilka orsaker som ligger bakom de tre böckernas enorma popularitet. I ett försök att förstå de omständigheter som bidragit till genrens ökade popularitet kommer även uppsatsen att diskutera följande fråga:

- Vilka samhällsliga fenomen och omständigheter kan förklara de tre böckernas bästsäljarstatus och genrens popularitet?

Tidigare forskning

Trots att självhjälsböcker har ökat i popularitet de senaste åren så finns det inte särskilt mycket forskning kring dem ur ett bokmarknadsperspektiv. Den forskning som är relaterad till genren kommer över lag från ett mer medicinskt och psykologiskt perspektiv, som Kaldo et al. som utförde en studie kring om användningen av en självhjälsbok tillsammans med terapi kunde minska effekterna av tinnitus.¹¹ Studien är inte helt olik Bjorvatn et al., vars forskning undersökte om en självhjälsbok kunde hjälpa människor med diagnostiserad insomni.¹² Målet med dessa studier, och Bergsmas från 2007, har liknande mål, nämligen att undersöka om självhjälsböcker faktiskt gör någon skillnad.¹³ Annan forskning, så som

¹¹ Viktor Kaldo et al., "Use of a self-help book with weekly therapist contact to reduce tinnitus distress: a randomized controlled trial", *J Psychosom Res* 2007, doi: 10.1016/j.jpsychores.2007.04.007.

¹² Bjørn Bjorvatn, Eldbjørg Fiske & Ståle Pallesen, "A self-help book is better than sleep hygiene advice for insomnia", *Scand J Psychol* 2011, doi: 10.1111/j.1467-9450.2011.00902.x.

¹³ Ad Bergsma, "Do self-help books help?", *Journal of Happiness Studies* Februari 2008, doi: 10.1007/s10902-006-9041-2.

Lyons och Griffins ”Managing menopause” analyserar utbudet av självhjälpsböcker för specifika konsumenter, så som kvinnor i klimakteriet.¹⁴

Generellt sett handlar en stor del av forskningen kring självhjälpslitteratur som inte har en medicinsk utgångspunkt om kvinnor och självhjälpsböcker, inte minst kvinnor och bästsäljande självhjälpsböcker. Forskningen har oftast även ett amerikanskt perspektiv på det hela, som bland annat Heller som undersökt bästsäljande självhjälpsböcker riktade mot amerikanska evangeliska kvinnor mellan 1972 och 1979.¹⁵ Precis som Heller verkar även Zimmerman et al. analysera böcker som tidigare funnits på bästsäljar-listor, till skillnad från böckerna som analyseras i den här uppsatsen, som i april 2023 fortfarande tar upp platser på listorna.¹⁶

Forskningen kring generell självhjälp är även relevant då det är självhjälp som koncept som driver konsumenten till att vilja köpa självhjälpslitteratur, då det är ett medium som förmedlar grundtanken bakom fenomenet. Den är lite bredare, men majoriteten av all forskning fokuserar på den påverkan som självhjälp kan ha på psyket. Inom de avgränsningarna är dock informationen som finns tillgänglig väldigt bred och aktuell på ett annat sätt än forskningen kring självhjälpsböcker. Ett exempel på det är bland annat Liu et al. som 2022 genomfört en studie som använde sig av artificiell intelligens för att förse deprimerade universitetsstudenter med självhjälp.¹⁷ Mer nyutkommen forskning kretsar kring att minska stigmat kring mental ohälsa, affektiva störningar och psykedeliska substanser.¹⁸

¹⁴ Antonia C Lyons & Christine Griffin, ”Managing menopause”, *Social Science & Medicine* vol 56 2003, doi: 10.1016/S0277-9536(02)00165-X.

¹⁵ Jennifer Heller, ”Marriage, Womanhood, and the Search for ‘Something More’”, *The Journal of Religion and Popular Culture* vol. 2, no. 1 2002, doi: 10.3138/jrpc.2.1.005

¹⁶ Toni Schindler Zimmerman, Kristen E. Holm & Shelley A. Haddock, ”A Decade of Advice for Women and Men in the Best-Selling Self-Help Literature”, *Family Relations* vol 50 2004, doi: 10.1111/j.1741-3729.2001.00122.x

¹⁷ Hai Liu et al., ”Using AI Chatbots to provide self-help depression interventions for university students”, *Internet Interventions* vol 27 2022, doi: 10.1016/j.invent.2022.100495.

¹⁸ Harriet Mills et al., ”Self-help interventions to reduce self-stigma in people with mental health problems”, *Psychiatry Research* vol 284 2020, doi: 10.1016/j.psychres.2019.112702.

Samuel Tomczyk et al., ”Yes, I can! Development and validation of the self-efficiency for self-help scale”, *Journal of Affective Disorders* vol 331 2023, doi: 10.1016/j.jad.2023.03.028.

Patric Plesa & Rotem Petranker, ”Manifest your desires: Psychedelics and the self-help industry”, *International Journal of Drug Policy* vol 105 2022, doi: 10.1016/j.drugpo.2022.103704.

Forskningen kring bästsäljare kretsar huvudsakligen kring skönlitteratur. Feather och Woodbridge har påpekat att det finns en brist på forskning kring bästsäljande facklitteratur trots att genren är viktig för många förlag, vilket är något som Förläggareföreningens statistik bekräftar.¹⁹ Den forskning som finns om bästsäljare kretsar till stor del kring marknadsföring och begreppet bästsäljare, samt Amazon och *New York Times* och deras egna listor över bästsäljare, både inom litteratur och annat. Exempel på detta är Sharma et al. samt Bao och Chang.²⁰ Sorensen har undersökt om en boks bästsäljarstatus bidrar till ökad försäljning och Miller skriver om hur bästsäljarlistor används i marknadsföringssyfte.²¹

Det finns även böcker som *The Bestseller Code: Anatomy of the Blockbuster Novel*, som lyfter frågan om bästsäljande litteratur har något gemensamt, och om det kan upptäckas med hjälp av en algoritm. Boken diskuterar flera genrer men fokuserar även den nästan exklusivt på skönlitteratur.²² Dess innehåll skiljer sig inte heller helt och hållet från en artikel som kretsar kring frågan om det går att förutspå en bästsäljare baserat på dess innehåll, av Harvey.²³ Även Hedström har undersökt om det går att förutspå bästsäljar-status.²⁴ Annan litteratur på ämnet är Whelehans *The Feminist Bestseller* från 2005 som kartlägger populär litteratur för kvinnor mellan 1960-talet och 2000-talet i relation till feministisk teori och andra vågens feminism.²⁵

Ytterligare en bok som presenterar en bredd av forskning kring bästsäljare är *Hype*, redigerad av Helgason, Kärrholm och Steiner. Boken består av ett flertal artiklar som alla

¹⁹ Jon Helgasson, Sara Kärrholm & Ann Steiner 2014, s. 15

Svenska Förläggareföreningen 2023.

²⁰ Amit Sharma, Hongrui Liu & Hongwei Liu, "Best Seller Rank (BSR) to Sales: An empirical look at Amazon.com, *IEEE International Conference on Software Quality, Reliability and Security Companion*, 2020, doi: 10.1109/QRS-C51114.2020.00104

Tong Bao & Tung-lung Steven Chang, "Why Amazon uses both the New York Times Best Seller List and customer reviews", *Decision Support Systems* vol 67, 2014, doi: 10.1016/j.dss.2014.07.004.

²¹ Laura J. Miller, "The Best-Seller List as Marketing Tool and Historical Fiction", *Book History* vol 3, 2000, doi: 10.1353/bh.2000.0012.

²² Jodie Archer & Matthew L. Jockers, *The Bestseller Code: Anatomy of the Blockbuster Novel*, New York: St. Martin's Press 2016

²³ John Harvey, "The Content Characteristics of Best-Selling Novels", *Public Opinion Quarterly* vol 17, 1953, doi: 10.1086/266441

²⁴ Peter Hedström, "Experimental Macro Sociology: Predicting the Next Best Seller, *SCIENCE* vol 331, 2006, doi: 10.1126/science.1124707

²⁵ Imelda Whelehan, *The Feminist Bestseller*; New York: Palgrave Macmillan, 2005

diskuterar fenomenet bästsäljare. Bland annat så skriver Alkestrand om Harry Potter-böckerna, Berglund om litterära agenter på den svenska bokmarknaden, och Steiner om internationella extrema bästsäljare.²⁶ Trots att boken diskuterar många aspekter av fenomenet så är den koncentrerad på en typ av litteratur och tar endast upp bästsäljande skönlitteratur.

Uppsatsen ämnar att bidra till att fylla det gap som finns mellan forskningen om självhjälpsböcker och bästsäljare, samt att genom det skapa en bild av genrens roll på bokmarknaden och visa på hur marknadsföring och konsumentkultur skapar bästsäljande litteratur.

Teori

För att besvara frågeställningarna kommer uppsatsen att använda sig av bestseller-teori, paratextteori och teorier om målgrupper och deltagarkultur. Den kommer även att använda sig av sociologen Hartmut Rosas teorier om acceleration för att undersöka orsakerna bakom genrens ökade popularitet.

I *Paratexts* presenterar Gérard Genette sina teorier kring paratexter, ett begrepp som innefattar allt material som utgör en texts inramning, så som titlar, baksidestexter, omslag, förord och författarnamn. Paratexterna existerar, enligt Genette, för att presentera boken för allmänheten och är det som tillåter en text att bli en bok.²⁷ Då de presenterar boken för allmänheten, och därmed marknadsför boken, är paratexterna även det som påverkar konsumenterna. Deras funktion är även att guida läsaren och ge instruktioner för hur texten ska läsas och tolkas. Genettes paratextteori kommer att användas för att analysera hur de tre böckerna marknadsförs, samt paratexterna och deras påverkan på konsumenterna och mottagandet av dem.

Den teori som kommer att användas för att analysera konsumenters nyfunna makt på bokmarknaden samt hur deras aktiva deltagande har bidragit till att skapa de tre böckernas bästsäljarstatus är konvergensteori. I sin bok *Konvergenstkulturen* skriver Henry Jenkins om mediakonvergens, vilket är det som uppstår när nya och gamla medier kolliderar. Det har bland annat, enligt Jenkins, lett till att konsumtionen av media blivit en kollektiv och interaktiv process. Samtidigt beror även mediakonvergensens spridning över olika mediasystem, nationsgränser och ekonomier till stor del på konsumenternas aktiva

²⁶ Jon Helgasson, Sara Kärrholm & Ann Steiner 2014.

²⁷ Gérard Genette, *Paratexts*, Cambridge: Cambridge University Press, 1997, s. 1

deltagande.²⁸ Jenkins visar därmed på att konsumenternas makt har ökat. Deltagarkultur och konsumentmakt är en viktig aspekt av bildandet av en bästsäljare, speciellt när det kommer till *New York Times* bästsäljarlista, som är baserad på försäljningssiffror, vilket är det huvudsakliga skälet till att Jenkins teori är relevant för uppsatsen.²⁹

Även *Hype: Bestsellers and Literary Culture* kommer att användas i uppsatsen, för att skapa en bild av bestseller-fenomenet och undersöka hur det kommer sig att just de böckerna som analyseras i uppsatsen kommit att bli bästsäljare. En bästsäljare är en bok som har goda försäljningssiffror, blir läst av ett stort antal människor och som det pratas mycket om. Trots deras popularitet har både kritiker och vissa konsumenter en tendens att se ner på bästsäljande litteratur, då de bland annat anser att bästsäljare är ett hot mot mer seriös litteratur på bokmarknaden.³⁰ Boken definierar bästsäljare delvis som ett fenomen som är placerat mellan producenternas och konsumenternas makt. Det är även så att en bästsäljares värde är delvis cirkulärt, då bokens värde antas vara högre ju fler som köper den, vilket ytterligare bekräftar konsumentens makt på bokmarknaden. Då bästsäljare representerar vad en stor andel av konsumenter är intresserade av vid ett specifikt ögonblick speglar de även samhällets intressen.³¹

För att få in ytterligare ett perspektiv på bästsäljande självhjälpsböcker och deras popularitet använder sig uppsatsen av Sociologen Hartmut Rosas teorier kring social acceleration. Han menar på att det moderna samhället särskiljer sig från andra på grund av det han kallar för en social acceleration.³² Denna acceleration förändrar inte bara vår tidsuppfattning men även vår identitetsbildning. Han anser även att den bidragit till en känsla av att ha ont om tid samt skapat ett tryck att höja det individuella livstempot. I det senmoderna samhället måste människan i högre grad än tidigare planera för det egna livet, och Rosa skriver att självhjälpsböcker om förbättrad tidshantering och livsstil säljs som komplement till dessa problem.³³ Rosas teorier kommer att användas som stöd för att försöka besvara diskussionsfrågan om varför genren självhjälp har blivit mer populär bland konsumenter och till följd av det fått mer makt på bokmarknaden.

²⁸ Henry Jenkins, *Konvergenskulturen*, 2. uppl., Göteborg: Daidalos, 2012, s. 15

²⁹ The New York Times, "About the Best Sellers", u.å., <https://www.nytimes.com/books/bestsellers/methodology/> [Hämtad 2023-04-02]

³⁰ Jon Helgasson, Sara Kärrholm & Ann Steiner 2014, s. 7

³¹ Jon Helgasson, Sara Kärrholm & Ann Steiner 2014, s. 13

³² Hartmut Rosa, *Acceleration, modernitet och identitet*, Göteborg: Daidalos, 2014, s. 25

³³ Hartmut Rosa 2014, s. 69

Material

För att besvara frågeställningarna kommer uppsatsen att bestå av ett flertal olika sorters material, bland annat böckernas säljtexter, statistik och netnografiska analyser av mottagandet av böckerna.

Självhjälpsböckerna som har valts ut för analys i den här uppsatsen möter flera förbestämda krav. De har alla varit med på *The New York Times Best Seller List*, finns översatta till svenska och har figurerat frekvent på sociala medier. Analysen har begränsats till tre titlar vars engelska titlar är: *Atomic Habits*, *The Body Keeps the Score* och *The Subtle Art of Not Giving a F*ck*. I skrivande stund är två av böckerna med på tidningens listor, *Atomic Habits* och *The Body Keeps the Score*. Den förstnämnda är på listan i kategorin ”Advice, How-To and Miscellaneous” och har funnits på listan i 177 veckor. Boken har i april 2023 varit publicerad i 235 veckor.³⁴ Den andra har haft en plats på listan över fackböcker i mjukband i 234 veckor.³⁵

De tre utvalda böckerna har även valts då de går att kategorisera som extrema bästsäljare, böcker som säljs i fler upplagor än de flesta bästsäljare. Benämningen ”extrem bästsäljare” är svårkontrollerad, vilket Ann Steiner diskuterar i sin artikel ’Serendipity, promotion, and literature’.³⁶ Med det sagt så har både *Atomic Habits* och *The Subtle Art of Not Giving a F*ck* båda sålt i över tio miljoner exemplar var.³⁷ Som tidigare nämnt finns även de tre böckerna översatta till svenska, och uppsatsen kommer att analysera material relaterat till både de engelska och svenska utgåvorna av böckerna. Anledningen till att uppsatsen inte endast fokuserar på de svenska upplagorna är att det är relevant att titta på böckerna internationellt då deras bästsäljarstatus sannolikt bidragit till att de har översatts till svenska. Ytterligare ett skäl är att de engelska böckerna säljs på den svenska marknaden. En annan anledning till att uppsatsen analyserar de båda utgåvorna är för att skapa en så mångsidig bild av böckerna som möjligt samt för att de används gemensamt för att diskutera omständigheterna som bidragit till böckernas popularitet.

³⁴ The New York Times, “Advice, How-To & Miscellaneous”, april 2023, <https://www.nytimes.com/books/best-sellers/advice-how-to-and-miscellaneous/> [Hämtad 2023-04-07]

³⁵ The New York Times, “Paperback Nonfiction”, april 2023, <https://www.nytimes.com/books/best-sellers/paperback-nonfiction/> [Hämtad 2023-04-20]

³⁶ Ann Steiner, 2014, s. 41-62

³⁷ Bilaga 1.

De säljtexter som analyseras i uppsatsen kommer primärt från både de internationella och svenska förlagens hemsidor. I fallet med *Den ädla konsten of not giving a f*ck*, så saknar det svenska förlaget MiMa en hemsida, vilket har gjort att säljtexten som analyserats kommer från Adlibris. Anledningen till att inte alla böckers säljtext kommer från Adlibris är för att de texterna ofta är komprimerade versioner av förlagens texter. Omslagen kommer även de överlag från förlagens hemsidor.

För att besvara frågeställningen om böckernas mottagande samt få en förståelse för böckernas popularitet kommer uppsatsen bland annat använda sig av statistik och videoklipp från TikTok, recensioner från Storytel och inlägg på Instagram. Det är viktigt att notera att innehållet på dessa plattformar kan ändras när som helst, så för att få ett så pålitligt och representativt resultat som möjligt har allt material samlats in i april 2023.

Materialet från TikTok har begränsats till de femtio första klipp som dyker upp med boktiteln som hashtag, då de klipp som dyker upp när boktiteln är söktermen inte är lika relevanta för uppsatsens syfte då de söker på varje ord i söktermen. Klippen har valts ut för att de videor som har flest gilla-markeringar och visningar visar en bild av den generella mottagningen av böckerna på det sociala mediet. Med det sagt har även vissa klipp utanför de femtio första valts ut, om de varit recensioner av boken, då det inte alltid fanns tillräckligt mycket relevant material baserat på de femtio första. Med relevant material menas klipp som handlar om boken i fråga då det funnits material som inte handlat om böckerna under respektive hashtag. Materialet från det sociala mediet är även begränsat till att det endast handlar om de engelska upplagorna av böckerna.

Det material som kommer från Instagram har samlats in på ett liknande sätt, nämligen genom att analysera vilken slags och mängd material som finns tillgängligt med både de svenska och internationella boktitlarna som hashtag. Innehållet från Instagram är baserat på hashtags med både de engelska och svenska titlarna, där allt material relaterat till de svenska titlarna har analyserats då det är mycket mer begränsat i sig. Det engelska innehållet har dock även det begränsats till de första sextio inläggen som dykt upp i sökningarna.

Just Storytel har valts ut för att visa på böckernas mottagning på den svenska bokmarknaden då det är norra Europas största streamingtjänst och därmed förhoppningsvis visar en generell överblick av de svenska konsumenternas mottagande.³⁸ På Storytel finns endast de svenska upplagorna av böckerna och recensionerna har använts som komplement

³⁸ Storytel, "Om Storytel", u.å., <https://www.storytel.com/se/sv/om-storytel> [Hämtad 2023-03-29]

till materialet från Instagram för att visa på böckernas mottagande på den svenska bokmarknaden.

Metod

Uppsatsen kommer huvudsakligen att använda sig av två olika metoder för att kunna använda materialet med syftet att besvara frågeställningarna: paratextanalys och netnografi.

Metoderna har valts med intentionen att skapa en kvalitativ fallstudie, för att skapa en förståelse av de fenomen som de tre utvalda böckerna blivit på den internationella bokmarknaden. Fallstudie har valts som metod då det karakteriseras av en djupdykning i specifika fall som har unika identiteter.³⁹ Därmed bidrar metoden till att skapa en djupare inblick i hur de tre utvalda självhjälpsböckerna marknadsförts och mottagits.

En kvalitativ paratextanalys, som gjorts baserad på omslagen, säljtexter från förlagens hemsidor, de olika författarnas hemsidor och sociala medier, har använts i uppsatsen då metoden är passande för att analysera marknadsföringen av de tre utvalda böckerna. Fokus har legat på ordvalen i förlagens säljtexter och presentationerna av författarna samt att jämföra de internationella och svenska paratexterna. Analysen har använts för att ge underlag för att besvara frågeställningen kring hur förlagen marknadsför sina böcker samt för att analysera hur marknadsföringen skiljer sig, både mellan böckerna och på de olika bokmarknaderna.

En netnografisk studie har gjorts då en stor del av uppsatsens material kommer från internet och sociala medier. Netnografi används för att göra kvalitativa analyser av internetkulturer.⁴⁰ Metoden kommer att verka observerande för att få en så övergripande bild av det breda material av mottagandet som finns relaterat till böckerna på sociala medier, så som TikTok och Instagram. Den har använts för att samla in statistik på hur många klipp som finns under de respektive böckernas hashtags och skapa en generell idé av mottagandet av böckerna på plattformarna. Som komplement har även mer specifika recensioner och inlägg valts ut för att skapa en mer detaljerad bild av mottagandet. Urvalet har då varit baserat på sökningar på böckernas titlar och på de klipp som recenserar böckerna.

³⁹ M. Denscombe, *The Good Research Guide: For Small-scale Research Projects*, Maidenhead, Berkshire: McGraw-Hill Education, 2014

⁴⁰ Gary M. Bowler Jr., "Netnography", *The Qualitative Report* vol 15, 2010, doi: 10.46743/2160-3715/2010.1341

Bakgrund

Självhjälpsbokens popularitet

Som tidigare nämnt har marknaden för självhjälpsböcker ökat exponentiellt de senaste åren. Marknaden växte årligen med elva procent mellan 2011 och 2019, och 2018 ökade försäljningen med tjugo procent, vilket gjorde genren till en av de snabbast växande på bokmarknaden.⁴¹ Intresset har inte avtagit sen dess, utan har ökat sen starten av covid19-pandemin och en av trendspaningarna från förra årets bokmessa i London är att genren kommer att fortsätta öka i popularitet.⁴²

Enligt Swope påstår konsumenter av självhjälpsböcker att de läser mer för personlig utveckling och kunskap än för avslappning och nöjes skull.⁴³ Generellt sett är konsumenterna även mer troliga användare av sociala medier, och enligt statistik så använder trettio procent av konsumenterna TikTok.⁴⁴ En majoritet av böckerna inom genren köptes under 2022 av konsumenter som var under trettiofem år gamla. Samma år var majoriteten av konsumenterna män, varav kvinnor hade varit i majoritet både 2020 och 2021. Med det sagt så har konsumentbasen blivit bredare, vilket kan vara en bidragande faktor till genrens tillväxt de senaste åren.⁴⁵

Självhjälpsboken på den svenska bokmarknaden

Självhjälpsboken har inte en lika framstående roll på den svenska bokmarknaden som den har på den internationella. Ett tecken på det är kontrasten i vilka förlag det är som publicerar litteraturen. Uppsatsens böcker har getts ut av Penguin Random House och HarperCollins på engelska, två av de största förlagen på den engelsktalande bokmarknaden. På den svenska bokmarknaden är det endast små förlag som valt att översätta och ge ut böckerna. *1%-metoden* och *Kroppen håller räkningen* har båda getts ut av Akademius förlag, ett mindre förlag som skriver att de ”ger ut intressanta, tankeväckande och användbara böcker inom både sakprosa och skönlitteratur”.⁴⁶ *Den ädla konsten of not giving a f*ck* har getts ut på

⁴¹ Dennis Pierce, ”Self-Help Books Fill a Burgeoning Need”, *LibraryJournal*, 09-03-2022, <https://www.libraryjournal.com/story/self-help-books-fill-a-burgeoning-need> [Hämtad 2023-04-02]

Rob Walker, 2019.

⁴² Sarah Shaffi 2022.

⁴³ Jackie Swope 2023.

⁴⁴ Jackie Swope 2023.

⁴⁵ Jackie Swope 2023.

⁴⁶ Akademius förlag, ”Om oss”, u.å., <https://www.akademius.se/omoss> [Hämtad 2023-03-30]

svenska av MiMa förlag, ett förlag som inte gett ut något sen 2019. De har inte en egen hemsida, däremot ett konto på Instagram där de beskriver sin utgivning som ”överraskande och färgstark litteratur för den medvetna”.⁴⁷

Att det är mindre förlag som har gett ut de översatta böckerna är inte särskilt konstigt när man ser till engelskans ställning på den svenska bokmarknaden. Enligt den Svenska Förläggarföreningens bokförsäljningsstatistik från 2022 är språket helt dominerande, och det var bland annat försäljningen av utländska böcker som drev tillväxten i den fysiska bokhandeln.⁴⁸ Även facklitteratur är populärt på den svenska bokmarknaden, vilket är den övergripande kategori som självhjälpsböcker inkluderas i. Som tidigare nämnt sticker även *Atomic Habits* ut i bokförsäljningsstatistiken som den enda boken på listan över de bästsäljande utländska böckerna som inte är skönlitteratur.

Vilken sorts litteratur som ges ut under genren självhjälp skiljer sig även mellan den svenska och engelsktalande marknaden. De böckerna med svenska som originalspråk som går att finna under Adlibris kategori ”Självhjälp och personlig utveckling” handlar bland annat om krisberedskap och prepping, *Konsten att må bättre*, relationer och hälsa.⁴⁹ Över lag handlar många av böckerna om att må bättre, oavsett om det är genom att fasta, stressa mindre eller att finna inre balans. I kontrast handlar de engelska böckerna i kategorin om att forma bättre vanor, leva längre, bli rik och självdisciplin.⁵⁰ Med det sagt finns det även likheter i utgivningen, med böcker om självacceptans och kärlek.

De utvalda böckerna

Som tidigare nämnt kretsar den här uppsatsen kring de tre böckerna *Atomic Habits*, *The Body Keeps the Score* och *The Subtle Art of Not Giving a F*ck*, och deras svenska utgåvor. De tre böckerna har relativt skilda fokusområden, trots det faktum att alla anses vara självhjälpsböcker. Med det sagt kategoriseras inte alla böckerna som självhjälpsböcker av sina förlag och återförsäljare. *The Body Keeps the Score* är huvudsakligen kategoriserad

⁴⁷ MiMa Förlag (@mimaforlag), Instagram, u.å., <https://www.instagram.com/mimaforlag/> [Hämtad 2023-03-30]

⁴⁸ Svenska Bokhandlareföreningen & Svenska Förläggareföreningen 2023.

⁴⁹ Adlibris, ”Självhjälp och personlig utveckling” på svenska, u.å., https://www.adlibris.com/se/avdelning/sjalvhjalp-personlig-utveckling-9342?filter=grouped_language_sv:svenska [Hämtad 2023-04-07]

⁵⁰ Adlibris, ”Självhjälp och personlig utveckling” på engelska, u.å., https://www.adlibris.com/se/avdelning/sjalvhjalp-personlig-utveckling-9342?filter=grouped_language_sv:engelska [Hämtad 2023-04-07]

under ”psykologi” i stället för självhjälp, men då den bland annat är med i Adlibris kampanj med ”98 tips från Booktok” samt räknas in i genren på sociala medier så inkluderas den i uppsatsen.⁵¹ De andra två böckerna kategoriseras som självhjälp och personlig utveckling av både Adlibris och sina förlag.⁵² Penguin Random House kategoriserar även *Atomic Habits* under ”business” och psykologi.⁵³

Atomic Habits är en bok som handlar om vanebildning, där författaren James Clear förklarar vikten av bra vanor och hur man skapar dem. I stället för att skuldbelägga läsaren, anser Clear att det inte är de eller deras vanor det är fel på, utan att det är fel på deras system för att bilda vanor. Boken har sålt i över tio miljoner exemplar och har översatts till över 50 språk.⁵⁴ Den är på *New York Times* bästsäljarlista i kategorin ”Advice, How-To and Miscellaneous” och har funnits på listan i 177 veckor. I april 2023 har den varit publicerat i 235, och har därmed spenderat en majoritet av sin existens på deras bästsäljarlista.⁵⁵

The Body Keeps the Score är en bok skriven av psykiatrikern och forskaren Bessel van der Kolk. Den handlar om trauma och dess effekter, och är baserad på van der Kolks forskning och yrkesliv. Syftet med boken är att skapa en mer holistisk bild av trauma och läkande och exemplifierar olika slags vägar för att läka.⁵⁶ Boken har översatts till trettioåtta språk och har vid uppsatsens författande förstaplatsen på *New York Times* bästsäljarlista över fackböcker i mjukband. Den är dock inte ny på listan, utan har haft en plats på den i 234 veckor.⁵⁷

*The Subtle Art of Not Giving a F*ck* har en mer krass inställning till sina läsare. Författaren Mark Manson anser att positivitet är överskattad och hans övergripande

⁵¹ Adlibris, ”98 tips från BookTok”, u.å., <https://www.adlibris.com/se/kampanj/98-tips-booktok/> [Hämtad 2023-04-02]

⁵² Adlibris, ”Atomic Habits”, u.å., <https://www.adlibris.com/se/bok/atomic-habits-9781847941831> [Hämtad 2023-04-02]

Adlibris, ”The Subtle Art of Not Giving a F*ck”, u.å., <https://www.adlibris.com/se/bok/subtle-art-of-not-giving-a-fck-9780062641540> [Hämtad 2023-04-02]

⁵³ Penguin Random House, ”Atomic Habits”, u.å., <https://www.penguinrandomhouse.com/books/543993/atomic-habits-by-james-clear/> [Hämtad 2023-04-02]

⁵⁴ Penguin Random House, ”Atomic Habits”, u.å.

⁵⁵ The New York Times, ”Advice, How-To & Miscellaneous”, april 2023.

⁵⁶ Penguin Random House, ”The Body Keeps the Score”, u.å., <https://www.penguinrandomhouse.com/books/313183/the-body-keeps-the-score-by-bessel-van-der-kolk-md/> [Hämtad 2023-04-02]

⁵⁷ The New York Times, ”Paperback Nonfiction”, april 2023.

meddelande till sina läsare är att de måste bli bättre på att hantera svåra situationer. Han är också av åsikten att de yngre generationerna i dagens samhälle är bortskämda och förväntar sig beröm för nästintill ingenting. Manson ger rådet till sina läsare att de ska lära känna sina begränsningar och acceptera dem, för att det är först då som man kan finna det man söker. Boken figurerar inte på *New York Times* bästsäljarlista i april 2023, men har sen den kom ut 2016 sålts i över 10 miljoner exemplar.⁵⁸

Resultat och analys

Författarna

De tre författarna har alla varsin hemsida, något som enligt Murray har blivit nästintill en förutsättning för modernt författarskap.⁵⁹ Bessel van der Kolks hemsida fokuserar på hans forskning och projekt, hans välgörenhetsorganisation samt event som författaren kommer närvara vid. På hemsidan finns det en längre biografi som beskriver van der Kolks arbete som psykiatriker, och det enda ordet som används för att beskriva honom är medicine doktor, en titel för de som disputerat inom medicinsk vetenskap.⁶⁰ Hemsidan lägger inte särskilt mycket fokus på hans bok. På förstasidan finns det ett citat från boken och det finns en länk till mer information om boken samt en länk för beställning.⁶¹ Han har ett personligt instagramkonto med sextio tusen följare, medan boken har ett konto som i april 2023 har nittioåtta tusen följare.⁶²

James Clear's hemsida har i kontrast ett stort fokus på *Atomic Habits*. Det första som möter en besökare på hemsidan är en bild på boken, tillsammans med säljtexter, och ett erbjudande om att ladda ner det första kapitlet gratis. Clear beskriver sig själv som författare och föreläsare, men han har även ett nyhetsbrev som skickas ut på mail varje vecka till över två miljoner människor. Hemsidan är mer personlig än van der Kolks, vilket märks då Clear bland annat informerar om hans personbästa i knäböj och att han är intresserad av arkitektur,

⁵⁸ HarperCollins, "The Subtle Art of Not Giving A F*ck", u.å., <https://www.harpercollins.com/products/the-subtle-art-of-not-giving-a-fck-mark-manson> [Hämtad 2023-04-02]

⁵⁹ Simone Murray, *The Digital Literary Sphere*, Baltimore: Johns Hopkins University Press, 2018, s. 35

⁶⁰ Bessel van der Kolk, "Biography", u.å. <https://www.besselvanderkolk.com/about/biography> [Hämtad 2023-04-02]

⁶¹ Bessel van der Kolk, "Home", u.å. <https://www.besselvanderkolk.com> [Hämtad 2023-04-02]

⁶² The Body Keeps the Score (@thebodykeepsthescore), Instagram, u.å., <https://www.instagram.com/thebodykeepsthescore/>, [Hämtad 2023-04-02]

saker som inte är relaterade till hans yrkesliv.⁶³ Hans instagramkonto har över en miljon följare, men det är till skillnad från van der Kolks inte ett personligt konto, utan det lägger endast upp bilder på text så som citat från boken, frågor, citat från andra människor och reklam för artiklar Clear skrivit på sin hemsida.⁶⁴

På Mark Mansons hemsida är marknadsföring för ett nyhetsbrev det första som möter besökaren. Det står även att nästan tretusen personer prenumererar på det, vilket är en ganska stor skillnad gentemot hur många Clear når ut till varje vecka. Manson beskriver sig själv som en bästsäljande författare som skriver livsråd som inte suger och inte innehåller ”bullshit”.⁶⁵ Mark Manson har även han över en miljon följare på Instagram.⁶⁶

De tre författarna beskrivs på väldigt olika sätt av förlagen. Bessel van der Kolk beskrivs av Penguin Random House med sina yrkestitlar professor, medicine doktor och grundare av ett traumacentrum i Massachusetts.⁶⁷ I bokens säljtext beskrivs han däremot som doktor, forskare och expert.⁶⁸ Ordet expert återkommer även i förlagens beskrivning av James Clear, som i säljtexten för sin bok beskrivs av både Akademius och Penguin Random House som expert på vanebildning.⁶⁹ På Penguins hemsida beskrivs han även som talare, författare och grundare av The Habits Platform.⁷⁰ Mark Manson är den enda av författarna som inte kallas för expert, varken av sig själv eller sina förlag. I säljtexterna kallas han för ”superstar blogger” och på HarperCollins hemsida kallas han även för författare, men det är allt.⁷¹

Säljtexterna och omslagen

Säljtexterna från både de internationella och svenska förlagen skildrar hur förlagen väljer att marknadsföra de tre olika böckerna. Som tidigare nämnt kretsar *Atomic Habits* kring

⁶³ James Clear, ”About”, u.å., <https://jamesclear.com/about> [Hämtad 2023-04-02]

⁶⁴ James Clear (@jamesclear), Instagram, u.å., <https://www.instagram.com/jamesclear/> [Hämtad 2023-04-02]

⁶⁵ Mark Manson, u.å., <https://markmanson.net>, [Hämtad 2023-04-02]

⁶⁶ Mark Manson (@markmanson), Instagram, u.å., <https://www.instagram.com/markmanson/> [Hämtad 2023-04-02]

⁶⁷ Penguin Random House, ”Bessel van der Kolk, M.D.”, u.å., <https://www.penguinrandomhouse.com/authors/2063010/bessel-van-der-kolk-md/> [Hämtad 2023-04-02]

⁶⁸ Bilaga 1.

⁶⁹ Bilaga 1.

⁷⁰ Penguin Random House, ”James Clear”, u.å., <https://www.penguinrandomhouse.com/authors/2140314/james-clear> [Hämtad 2023-04-02]

⁷¹ Bilaga 1.

vanebildning, och enligt Penguin Random House erbjuder boken ett bevisat sätt att förbättras varje dag. Att Clears system för vanebildning är bevisat att fungera är något säljtexten tar upp mer än en gång. De påstår även att den som följer hans system kommer få anmärkningsvärda resultat. I vad som framstår som ett försök att underbygga bokens trovärdighet tar de även upp att Clear använder sig av bevisade idéer från biologin, psykologin och neurovetenskap, samt kallar det Clear skapat för ”the science of small habits”.⁷² I texten står det att boken kan hjälpa läsaren nå vilket mål som helst och att den kommer göra det enklare för läsaren att nå framgång. Den text som Akademius Förlag har på sin hemsida om *1%-metoden* är en direkt översättning av Penguins text om boken, så deras marknadsföring av boken ser i princip exakt likadan ut.⁷³

Även marknadsföringen av *The Subtle Art of Not Giving a F*ck* handlar om att bli en bättre människa, om än på ett annat sätt. HarperCollins skriver att boken är Mansons motgift till dagens bortskämda samhälle, och att den med hjälp av forskning visar att livet förbättras när man blir bättre på att hantera motgångar. De kallar även boken för en uppfriskande örfil som ska hjälpa läsaren leva mer nöjda, grundade liv och därmed bli bättre och gladare. Den svenska säljtexten påstår till och med att Mansons perspektiv är revolutionerande. Den tar också upp att boken förbättrar läsarens liv och att perspektivet som boken erbjuder ”är den mest effektiva nyckeln till ett lyckligt liv”.⁷⁴

The Body Keeps the Score utlovar inte lika mycket som de två andra böckerna gör i sin marknadsföring. I stället ligger Penguins betoning på att boken presenterar ny forskning och vetenskap, att van der Kolk är en av världens främsta experter på trauma och att boken är baserad på hans egen forskning. Läsaren blir lovad en förändrad förståelse av trauma och förlaget skriver även att boken erbjuder nytt hopp för att återta sitt eget liv.⁷⁵ Akademius förlag placerar boken i ett mer svenskt perspektiv, och inleder sin säljtext med statistik på hur många i Sverige som utsatts för mobbing och sexuella övergrepp. Utöver det skriver de också om hur boken presenterar modern forskning och skänker hopp om ett harmoniskt liv.⁷⁶

Alla förlagen, både de internationella och svenska, lyfter fram böckernas bästsäljarstatus i sin marknadsföring. I sin marknadsföring för *Atomic Habits* lyfter Penguin

⁷² Bilaga 1.

⁷³ Bilaga 1.

⁷⁴ Bilaga 1.

⁷⁵ Bilaga 1.

⁷⁶ Bilaga 1.

Random House fram inte bara det faktum att boken har varit på förstaplatsen på *New York Times* bästsäljarlista, utan nämner även andra bästsäljarlistor boken varit på, så som bland annat *Wall Street Journal* och *Publisher's Weekly*.⁷⁷ Förlaget lyfter också fram att även *The Body Keeps the Score* har varit på *New York Times* lista, och HarperCollins gör samma med *The Subtle Art of Not Giving a F*ck*.⁷⁸ När det gäller de svenska förlagen skriver Akademius att *1%-metoden* toppat ett flertal försäljningslistor, bland annat *New York Times*, *USA Today* och Amazon.⁷⁹ Akademius tar däremot inte upp att *Kroppen håller räkningen* har toppat listorna och på Adlibris står det endast att *Den ädla konsten of not giving a f*ck* är en världssuccé.⁸⁰

Att förlagen väljer att lyfta fram bästsäljarstatusen är inte särskilt konstigt, speciellt inte eftersom bästsäljares värde delvis består av en cirkulär logik där boken anses ha en högre kvalitet om det är fler som köper den.⁸¹ Förlagen signalerar därför även i sin marknadsföring att böckerna har en kvalitet, trots att självhjälpsböcker inte har särskilt hög status i grunden. Trots att det är förlagen som kontrollerar marknadsföringen blir konsumenternas makt tydlig, då det är de som sett till att boken fått sin bästsäljarstatus, och potentiella köpare har en tendens att följa strömmen.⁸²

Även omslagen är en viktig del av marknadsföringen kring en bok, och enligt Genette är omslaget det som gör en text till en bok.⁸³ Dessutom så anser Pananou och Tsilimeni att omslagen av översatta böcker blir ännu viktigare då de påverkar konsumentens åsikt om en helt främmande text.⁸⁴ Att texten skulle vara helt främmande för konsumenten stämmer dock troligtvis inte i fallen med de tre utvalda böckerna då de är extrema bästsäljare och har figurerat mycket på internet. Oavsett så är det så att ingen av böckerna har bytt omslag i särskilt hög grad när de översatts, och deras bästsäljarstatus och konsumentens igenkänning är troligtvis en bidragande faktor.

⁷⁷ Bilaga 1.

⁷⁸ Bilaga 1.

⁷⁹ Bilaga 1.

⁸⁰ Bilaga 1.

⁸¹ Jon Helgasson, Sara Kärrholm & Ann Steiner 2014, s. 13

⁸² Jon Helgasson, Sara Kärrholm & Ann Steiner 2014, s. 13

⁸³ Gérard Genette, 1997.

⁸⁴ Petros Panaou & Tasoula Tsilimeni, "Translated Book Covers as Peritextual Thresholds", *In book: Translating and Transmediating Children's Literature* 2020, doi: 10.1007/978-3-030-52527-9_9

*Den ädla konsten of not giving a f*ck* har ett nästintill identiskt omslag jämfört med originalutgåvan, den enda skillnaden är att alla texter är på svenska. Det är dock inte så konstigt då boken har ett väldigt simpelt utseende med endast titeln och en orange bakgrund som är lätt att känna igen.⁸⁵ *1%-metoden* är också väldigt lik originalutgåvan av boken, då båda är minimalistiska och vita med guldfärgad text.⁸⁶ Van der Kolks bok är den vars upplagors omslag skiljer sig mest från varandra, med olika färger, typsnitt och illustrationer. De båda omslagen har dock en grafisk avbild av en kropp, och illustrationerna skiljer sig inte avsevärt från varandra när det kommer till stil.⁸⁷ Som tidigare nämnt skiljer sig inte de svenska omslagen särskilt mycket från böckernas originalomslag, något som troligtvis till en del beror på böckernas popularitet på TikTok. Då det är ett så pass visuellt medium blir igenkänningsfaktorn viktig för marknadsföringen, så att konsumenterna ska känna igen den nya versionen av boken.

Mottagande

Enligt Swope köptes 30 procent av självhjälsböcker 2022 på den brittiska bokmarknaden av konsumenter som använder TikTok. Undersökningen visar även att läsare som konsumerar självhjälsböcker är mer troliga att använda sig av olika sociala medier.⁸⁸ Skiftet i internetanvändning under de senaste åren har även påverkat bokmarknaden och gett mer makt åt läsare som är aktiva online.⁸⁹ Ett exempel på detta är TikTok. Maktskiftet beror till stor del på konsumenternas aktiva deltagande, och att konsumtionen blivit mer av en kollektiv process beror även på den mediakonvergens som skett de senaste åren.⁹⁰

De tre böckerna har alla blivit egna fenomen på TikTok, där de bland annat blir hyllade för att vara livsförändrande.⁹¹ Böckernas popularitet på det sociala mediet har med största sannolikhet påverkat böckernas försäljning, och därmed även deras bästsäljarstatus. Användare på appen har exempelvis fått tidigare utgivna böcker att få ett nytt uppsving i popularitet, och det finns för närvarande inget som talar för att appen kommer förlora sin

⁸⁵ Bilaga 1, Figur 3 & 4.

⁸⁶ Bilaga 1, Figur 1 & 2.

⁸⁷ Bilaga 1, Figur 5 & 6.

⁸⁸ Jackie Swope 2023.

⁸⁹ Jon Helgasson, Sara Kärrholm & Ann Steiner 2014, s. 21

⁹⁰ Henry Jenkins 2012, s. 16

⁹¹ Daisy Schofield, "The Dark Side of TikTok Self-Help Content", *Refinery29* 24-03-2022,

<https://www.refinery29.com/en-gb/2022/03/10895801/tiktok-self-help-wellness> [Hämtad 2023-04-05]

position som makthavare på bokmarknaden, i alla fall inte enligt en förlagschef på HarperCollins.⁹² Konsumenter mellan 13 och 24 hade redan mycket makt på bokmarknaden innan TikTok, men appen har blivit det senaste verktyget som konsumentgruppen använder sig av för att dela med sig av rekommendationer och kritik.⁹³

Det går inte heller bortse från covid-19-pandemins påverkan på konsumenterna och den roll pandemin spelade i att ge yngre konsumenter mer makt, bland annat på bokmarknaden. En del av detta maktskifte beror på TikTok då en stor del av appens tillväxt skedde under början av pandemin 2020. Enligt Statista ökade appens användare med 180% inom åldersspannet 15–25, och yngre konsumenter fick mer makt som en konsekvens av tillväxten.⁹⁴ Konsumenter blir även hela tiden bättre på att utnyttja de medier som finns för att skaffa mer makt och kontroll samt för att interagera med andra konsumenter.⁹⁵ Det är något som troligtvis bidragit till att användare av sociala medier haft möjligheten att gemensamt skapa en boks bästsäljarstatus.

Med det sagt är *The Body Keeps the Score* ett intressant fall då den inte blev en bästsäljare omedelbart efter att den publicerats. Faktum är att boken kom ut 2014 och först dök upp på New York Times bästsäljarlista fem år senare, 2019. Det är inte osannolikt att TikTok var en bidragande, då boken är populär på det sociala mediet, som blev tillgängligt internationellt 2018.⁹⁶ Trots att det tog ett tag för boken att ta sig upp på bästsäljarlistan så var framgången inte flyktig, utan i juni 2021 hade boken hållit sig på listan över bästsäljande facklitteratur i över 141 veckor.⁹⁷

TikToks användare konsumerar huvudsakligen böcker inom genrer så som fantasy och romance. Böcker om personlig utveckling och hälsa är dock också populära. Det finns forskning som tyder på att det hos unga personer finns ett upplevt behov av att använda sin

⁹² Claire Armitstead 2022.

⁹³ Nielsen BookData, ”Examining the BookTok Potential”, u.å., <https://nielsenbook.co.uk/examining-the-booktok-potential/> [Hämtad 2023-04-27]

⁹⁴ Jack Shepherd, “21 Essential TikTok Statistics”, *Social Shepherd* 15-05-2023 <https://thesocialshepherd.com/blog/tiktok-statistics> [Hämtad 2023-05-20]

⁹⁵ Henry Jenkins 2012, s. 28

⁹⁶ Veronica Cruz, “The phenomenon of TikTok’s popularity”, *Market Business Review* 19-10-2021, <https://marketbusinessnews.com/the-phenomenon-of-tiktoks-popularity/278399/> [Hämtad 2023-05-20]

⁹⁷ Elisabeth Egan, ”Does a Writer Ever Get Cozy on the Best-Seller List? Bessel van der Kolk Says No.”, *The New York Times* 08-07-2021, <https://web.archive.org/web/20210711201246/https://www.nytimes.com/2021/07/08/books/review/the-body-keeps-score-bessel-van-der-kolk.html> [Hämtad 2023-04-01]

fritid på ett produktivt sätt. Ett eventuellt skäl bakom det är att det finns en internaliserad ”healthism” i samhället – en socio-kulturell sedvänja där hälsa är ett huvudsakligt fokus.⁹⁸ Med det i åtanke är det inte särskilt konstigt att böcker om personlig utveckling och hälsa har blivit mer populära.

Den 26e april 2023 har TikTok-klipp med hashtaggen #atomichabits 134,5 miljoner visningar, vilket är betydligt fler än #thesubtleartofnotgivingaf och #thebodykeepsthescore som har 13,4 miljoner respektive 38 miljoner visningar.⁹⁹ Jämförelsen är dock inte fullt rättvis då en stor del av de videorna som dyker upp under #atomichabits inte handlar om boken, utan om produktivitet och hälsa, något som visar på hur boken och dess titel har kommit att representera mer än endast text, bland annat en idé om produktivitet och effektivitet. Av de 50 klipp som dyker upp högst upp är det endast 20 som innehåller boken eller en bild av den.¹⁰⁰ Gissningsvis används boktiteln och dess popularitet för att generera visningar. För att skapa en ännu tydligare bild av hur stort fenomen boken blivit på TikTok går antalet visningar att jämföra med #selfhelpbooks som har 197,8 miljoner visningar.¹⁰¹ Det är fler, men refererar till en hel genre i kontrast till en specifik bok.

När det gäller vad användarna verkar tycka om böckerna är recensionerna huvudsakligen positiva och hyllande, speciellt när det kommer till *Atomic Habits*. De klipp som finns under hashtaggen som faktiskt handlar om boken är ofta bokrekommendationer där flera böcker visas upp, ofta under texter så som ”books that will change your life” eller ”books that will destroy a weak mindset”.¹⁰² Boken har till och med blivit ett så pass etablerat fenomen att vissa användare, när de pratar om boken, till och med förutsätter att de flesta har läst den eller kommer göra det. Det faktum att boken och dess budskap är så etablerat märks

⁹⁸ Adam Burgess, Henry Yeomans & Laura Fenton, “‘More options...less time’ in the ‘hustle culture’ of ‘generation sensible’”, *The British Journal of Sociology* vol 73, 2022, doi: 10.1111/1468-4446.12964

⁹⁹ TikTok, “#atomichabits”, u.å.

TikTok, “#thesubtleartofnotgivingaf”, u.å., <https://www.tiktok.com/tag/thesubtleartofnotgivingaf?lang=en> [Hämtad 2023-04-10]

TikTok, “#thebodykeepsthescore”, u.å., <https://www.tiktok.com/tag/thebodykeepsthescore?lang=en> [Hämtad 2023-04-10]

¹⁰⁰ TikTok, “#atomichabits”, u.å.

¹⁰¹ TikTok, “#selfhelpbooks”, u.å.

¹⁰² TikTok, “#atomichabits”, u.å.

dock, och innebär att vissa som läst boken säger att det inte är ett måste att läsa den för att lära sig från den eller ta del av dess budskap.¹⁰³

Även *The Subtle Art of Not Giving a F*ck* inkluderas av användare på TikTok i klipp som listar böcker som kommer ändra läsarens attityd och böcker som är väsentliga för att investera i sig själv. Hashtaggen är i mycket högre grad fylld med klipp som handlar om själva boken, med fyrtio av de femtio första som visas under den.¹⁰⁴ En stor majoritet tycker mycket om boken och säger att den hjälpt förbättra deras självförtroende. I kontrast anser de mer kritiska användarna att självhjälpsböcker, i synnerhet Mansons, egentligen endast är sunt förnuft. En användare anser att specifikt Mansons budskap är en paradox, då den säger till läsaren att inte ska tänka på vissa saker, vilket endast leder till att läsaren tänker mer på dem.¹⁰⁵ En annan användare liknar läsandet av boken vid att en full man berättar för en om sitt liv i flera timmar utan att man någonsin ställt en enda fråga.¹⁰⁶ Ytterligare en säger att de aldrig läst en bok där det varit så tydligt att författaren är en man.¹⁰⁷ Generellt sett verkar mottagandet vara antingen högt eller lågt, och det är svårt att hitta någon som har en neutral inställning till boken på det sociala mediet. Det kan däremot bero på urvalet och det faktum att det nog inte är särskilt sannolikt att en neutral läsare gör en video och lägger upp den på plattformen.

The Body Keeps the Score har fått ett mer blandat mottagande på TikTok än de andra två böckerna, kanske för att trauma är ett mer känsligt ämne än vanor och självförtroende. Det finns bland annat videor där folk till och med varnar eventuella läsare om att inte läsa boken, samt användare som tar upp det faktum att boken faktiskt inte är menad att vara en självhjälpsbok utan riktad mot de intresserade av ämnet ur ett mer professionellt

¹⁰³ TikTok, “#atomic Habits”, u.å.

¹⁰⁴ TikTok, #thesubtleartofnotgivingaf”, u.å.

¹⁰⁵ Philosatea (@philosatea), TikTok, 29-12-2020,

<https://www.tiktok.com/@philosatea/video/6911798260743130373?lang=en> [Hämtad 2023-04-10]

¹⁰⁶ Persianplayaa (@persianplayaa), TikTok, 13-03-2023,

<https://www.tiktok.com/@persianplayaa/video/7210017034648784155?lang=en&q=the%20subtle%20art%20of%20not%20giving%20a%20fuck%20review&t=1683645427436> [Hämtad 2023-04-10]

¹⁰⁷ Yoki (@yoki_222), TikTok, 03-07-2021,

https://www.tiktok.com/@yoki_222/video/6980819144828538118?lang=en&q=the%20subtle%20art%20of%20not%20giving%20a%20fuck%20review&t=1683645427436 [Hämtad 2023-04-10]

perspektiv.¹⁰⁸ Andra användare tar upp det faktum att van det Kolk blev sparkad från sitt jobb för att han har blivit anklagad för att ha mobbat och talat illa om sina kollegor och säger att folk på grund av det inte borde köpa eller läsa boken.¹⁰⁹

Med det sagt finns det även användare på plattformen som tycker om boken. Den blir inte lika hyllad som de andra två böckerna, men boken och dess titel har, likt *Atomic Habits*, kommit att representera mer än bara texten. Endast fjorton av de första femtio klippen under hashtaggen inkluderar boken eller en bild på den, men det är fler av klippen än så som berör boken och dess ämnen.¹¹⁰ Användare säger att boken hjälpt de läka sina trauman och upplevt den som bekräftande.¹¹¹ En användare säger även uttryckligen att boken marknadsförs som en självhjälpsbok, men att hon anser att den är mer vetenskaplig än så, vilket enligt henne är något positivt.¹¹²

Trots att facklitteraturen inte är särskilt synlig på ljudbokstjänsterna enligt Förläggarföreningens statistik finns det mycket att hämta från recensionerna på Storytel.¹¹³ Ljudbokstjänsten har endast de tre böckerna tillgängliga på svenska, så det begränsade urvalet gör det tyvärr inte möjligt att avgöra vilket språk lyssnarna hade valt om de hade haft valmöjligheten. Något som däremot är tydligt är vilken bok som är minst populär. Utav alla tre böckerna har *Kroppen håller räkningen* minst antal recensioner, med endast lite över

¹⁰⁸ Healwithfifi (@heal.with.fifi), TikTok, 15-06-2021,

<https://www.tiktok.com/@heal.with.fifi/video/6973782651635272965?lang=en&q=thebodykeepsthescore&t=1683647605422> [Hämtad 2023-04-10]

Sidneyraz (@sidneyraz), TikTok, 09-02-2023,

<https://www.tiktok.com/@sidneyraz/video/7198228512363285802?lang=en&q=thebodykeepsthescore&t=1683647605422> [Hämtad 2023-04-10]

¹⁰⁹ Stephanie (@manicpixiesteph), TikTok, 11-02-2023,

<https://www.tiktok.com/@manicpixiesteph/video/7199014468372892974?lang=en&q=thebodykeepsthescore&t=1683647605422> [Hämtad 2023-04-10]

¹¹⁰ Tiktok, ”#thebodykeepsthescore”, u.å.

¹¹¹ Eliza (@elizamelamb), TikTok, 23-09-2022,

<https://www.tiktok.com/@elizamelamb/video/7146683158413593898?lang=en> [Hämtad 2023-04-10]

Aly Ashcroft (@alyashcroft), TikTok, 19-05-2021,

<https://www.tiktok.com/@alyashcroft/video/6964104557626445062?lang=en&q=the%20body%20keeps%20the%20score%20review&t=1683649365200> [Hämtad 2023-04-10]

¹¹² Lisa (@lrbreads), TikTok, 18-01-2023,

<https://www.tiktok.com/@lrbreads/video/7190013600201837866?lang=en&q=the%20body%20keeps%20the%20score%20review&t=1683649365200> [Hämtad 2023-04-10]

¹¹³ Svenska Bokhandlareföreningen & Svenska Förläggareföreningen 2023.

trehundra i april 2023.¹¹⁴ De två andra böckerna har cirka två respektive tre tusen recensioner.¹¹⁵

På Storytel kan användare ge den bok de lyssnat på ett betyg mellan noll till fem stjärnor, och boken får då ett genererat snittbetyg baserat på alla recensioner. *Den ädla konsten of not giving a f*ck* har lägst betyg med 4,1 stjärnor baserat på nästan tvåtusen betyg. Boken beskrivs som inspirerande, motiverande och tankeväckande och majoriteten av recensionerna är väldigt positiva. De som gett boken en stjärna har relativt liknande kritik och tycker att boken är svamlig, tjatig och amerikansk.¹¹⁶ Det är även liknande kritik som framkommer i recensioner med högre betyg, där lyssnarna överlag verkar tycka att författaren upprepar sig själv mycket samt att innehållet är platt och ”inget revolutionerande”.¹¹⁷

Även *1%-metoden* får kritik för att vara amerikansk och tjatig, men också för att vara tråkig. Kritikerna är dock få, och ljudboken har ett snittbetyg av 4,4 stjärnor baserat på över tretusen betyg. De hyllande recensionerna beskriver boken som motiverande, inspirerande och informativ. Det är däremot så att kritiken mot det amerikanska inte försvinner helt, utan den mest gillade recensionen, som ger boken fyra stjärnor, påpekar att hon har svårt för ”det amerikanska tuggandet om att bli en vinnare”.¹¹⁸

Trots sina få recensioner har *Kroppen håller räkningen* högst betyg med 4,5 stjärnor. Boken blir beskriven som informativ, tankeväckande och inspirerande, och lyssnarna skriver att det är en väldigt läsvärd och omfattande skildring av trauma. De recensioner som gett boken lägst betyg har gett den tre stjärnor, men här återges igen liknande kritik som båda de föregående böckerna fått, nämligen att boken är för lång och upprepar sig själv för mycket.¹¹⁹

Instagram är det medium där den tydligaste skillnaden mellan böckerna och deras popularitet på den svenska och internationella marknaden blir synlig. #denädlakonstenofnotgivingafuck har trettio inlägg, medan #thesubtleartofnotgivingafuck har lite över hundra tusen inlägg.¹²⁰ Mottagandet av den svenska boken är blandat, men

¹¹⁴ Storytel, ”Kroppen håller räkningen”, u.å., [Hämtad 2023-04-11]

¹¹⁵ Storytel, ”1%-metoden”, u.å., [Hämtad 2023-04-11]

Storytel, ”Den ädla konsten of not giving a f*ck”, u.å., [Hämtad 2023-04-11]

¹¹⁶ Storytel, ”Den ädla konsten of not giving a f*ck”, u.å.

¹¹⁷ Storytel, ”Den ädla konsten of not giving a f*ck”, u.å.

¹¹⁸ Storytel, ”1%-metoden”, u.å.

¹¹⁹ Storytel, ”Kroppen håller räkningen”, u.å.

¹²⁰ Instagram, ”#denädlakonstenofnotgivingafuck”, u.å.,

<https://www.instagram.com/explore/tags/denädlakonstenofnotgivingafuck/> [Hämtad 2023-04-14]

huvudsakligen positivt. En användare skriver att de inte vet var de hade varit idag om de inte hade läst boken, medan en annan skriver att boken är en av de sämsta hon läst under 2020.¹²¹ Användaren plettislyssnar upprepar samma kritik som böckerna fick på Storytel och skriver att den känns väldigt amerikansk.¹²² Till följd av det är det kanske inte heller särskilt konstigt att den engelska boken är mer hyllad än den svenska, då de engelsktalande konsumenterna troligtvis är mer vana vid det amerikanska perspektivet, men även där finns det kritiska läsare. Användaren bookstabbed tycker att titeln är en gimmick och endast marknadsföring, medan andra användare så som skriver att de läser boken varje år och att den räddade deras själ.¹²³

En intressant skillnad mellan de olika böckernas hashtags är vilket material som dyker upp. De inlägg som finns under hashtaggen för den svenska boken är huvudsakligen publicerade av bokrelaterade konton, medan de inlägg som går att finna under hashtaggen för boken på engelska även publicerats av personliga konton och konton som utlovar ”inspirerande innehåll”.¹²⁴

Det finns nittiosju inlägg under #kroppenhållerräkningen, varav en hel del inte inkluderar boken, utan endast är publicerade av konton som har fokus på yoga, läkande och traumabehandling. Av de användare som läst den beskrivs boken som viktig, omskakande, insiktsfull, intressant och livsviktig.¹²⁵ I kontrast så har #thebodykeepsthescore över sjuttiotusen inlägg. Innehållet där skiljer sig dock markant. Det finns en hel del positiva recensioner, men det finns även kommentarer om att Bessel van del Kolk har blivit anklagad för sexuella trakasserier samt varningar om att boken kan vara triggande för vissa läsare, och att potentiella läsare ska tänka en extra gång innan de köper och läser boken.¹²⁶

¹²¹ Instagram, ”#denädlakonstenofnotgivingafuck”, u.å.

¹²² Plettislyssnar (@plettislyssnar), Instagram, 03-07-2022, <https://www.instagram.com/p/CfkFrFtDqPM/> [Hämtad 2023-04-14]

¹²³ Bookstabbed (@bookstabbed), Instagram, 21-04-2023, <https://www.instagram.com/p/CrTuBCGIinF/> [Hämtad 2023-04-25]

¹²⁴ Instagram, ”#thesubtleartofnotgivingafuck”, u.å., <https://www.instagram.com/explore/tags/thesubtleartofnotgivingafuck/> [Hämtad 2023-04-14]

¹²⁵ Instagram, ”#kroppenhållerräkningen”, u.å., <https://www.instagram.com/explore/tags/kroppenhallerrakningen/> [Hämtad 2023-04-14]

¹²⁶ Instagram, ”#thebodykeepsthescore”, u.å., <https://www.instagram.com/explore/tags/thebodykeepsthescore/> [Hämtad 2023-04-14]

#atomichabits har lite över trehundra tusen inlägg, men det är inte många av inläggen som faktiskt innehåller en bild på boken. Precis som på TikTok verkar boken och dess titel fått en större innebörd än endast texten och inläggen som publicerats under hashtaggen består av bilder på diverse citat, träning och mat. Många inlägg handlar även om tips för ett bättre, mer effektivt, liv.¹²⁷ Det är desto svårare att hitta inlägg på Instagram om den svenska översättningen av boken, vilket delvis beror på att titeln *1%-metoden* går att skriva på flera olika sätt, beroende på om man skriver ut siffran och tecknet eller inte. #1procentsmetoden har tjugofyra inlägg, varav ungefär hälften består av positiva recensioner av boken. Resten består av inlägg där den fotats med andra böcker och texter om att nå olika slags mål.¹²⁸

Diskussion

Genren självhjälp, och inte minst dessa tre böcker, har fått ökad makt på bokmarknaden som bästsäljare, delvis med hjälp av deras popularitet på sociala medier. En trolig bidragande orsak är det som sociologen Hartmut Rosa kallar för social acceleration. Den här delen av uppsatsen kommer att diskutera möjliga orsaker bakom självhjälpböckernas popularitet, samt försöka motivera varför just dessa tre böcker blivit extrema bästsäljare.

Den ökade försäljningen av självhjälpböcker är inte en särskilt märklig konsekvens av den effekt som covid19 hade på TikToks användarnummer, speciellt inte i kombination med de yngre generationernas känsla av att behöva vara produktiva och effektiva på sin fritid. I *Bestsellers* skriver John Sutherland att bästsäljare säger något om samhället, och Fred Botting anser att en av funktionerna av bästsäljande litteratur är att de bekräftar existerande attityder, normer och värderingar.¹²⁹ Med det synsättet går det att använda sig av självhjälpböcker, inte minst bästsäljande sådana, för att se vad ett samhälle värdesätter och eftersträvar. Baserat på de tre bästsäljande böckerna som uppsatsen kretsar om, strävar samhället efter att bli mer effektivt, lyckligare och att läka sina trauman.

¹²⁷ Instagram, ”#atomichabits”, u.å., <https://www.instagram.com/explore/tags/atomichabits/> [Hämtad 2023-04-14]

¹²⁸ Instagram, ”#1procentsmetoden”, u.å., <https://www.instagram.com/explore/tags/1procentsmetoden/> [Hämtad 2023-04-14]

¹²⁹ John Sutherland, *Bestsellers*, Oxford: Oxford University Press, 2007, citerad i Jon Helgasson, Sara Kärrholm & Ann Steiner, *Hype: Bestsellers and Literary Culture*, Lund: Nordic Academic Press, 2014, s. 12
Fred Botting, “Bestselling Fiction: Machinery, Economy, Excess”, i *The Cambridge Companion to Popular Fiction*, red. David Glover & Scott McCracken, Cambridge: Cambridge University Press, 2012, s. 159-174

Det går även att argumentera för att böckernas popularitet går hand i hand med genrens ökade status. Precis som bästsäljaren har även självhjälpsboken haft låg status på bokmarknaden. Som tidigare nämnt börjar däremot genren få ett bättre rykte och rent ekonomiskt är den, som bästsäljare, en viktig del av bokmarknaden. Konsumtion av självhjälpsböcker har tidigare varit något som samhället generellt sett ner på, men idag fungerar de i stället som en slags hedersutmärkelse och anses ha en liknande status till skönlitteratur. Statusens förändring är troligtvis en effekt av den vikt som dagens samhälle lägger vid produktivitet och effektivitet. Den status som böckerna fått idag är inte minst tydlig när det kommer till sociala medier, och det faktum att användare taggar sina inlägg med böckernas titlar utan att faktiskt diskutera böckerna och deras innehåll.

Möjligtvis är det så att det maktskifte som gett konsumenterna mer påverkan än tidigare i samhället och på bokmarknaden har hjälpt att lyfta genrens status då det i dagens samhälle, som tidigare nämnt, är viktigt att sträva efter optimering. Att både TikTok och Instagram är sociala medier där det visuella spelar stor roll är eventuellt även en bidragande faktor, då användare visar upp det de läser, vilket leder till att potentiella konsumenter kan känna igen boken i exempelvis en bokaffär. Återigen är igenkänningsfaktorn en viktig del av böckernas marknadsföring, försäljning och följande bästsäljarstatus.

Tydligaste exemplet på detta är *Atomic Habits* och det faktum att bokens hashtag har nästintill lika många visningar som genren självhjälp. Gissningsvis beror det på att boken och dess titel har kommit att få en större betydelse än bara texten, och att det den utgör ett exempel på inte bara genererar visningar på klipp men även visar på en viss status då den representerar en vilja att förbättra sig själv, få bättre vanor och spara tid genom att vara så effektiv som möjligt. Detta material, som inte kretsar kring den faktiska boken utan mer kring dess koncept visar på den kultur som omger självhjälpsböcker och att de kommit att representera mer än endast boken i sig.

Ytterligare en konsekvens av den sociala accelerationen som Rosa diskuterar är en fördjupad känsla av tidspress hos individerna i samhället.¹³⁰ Denna ökade press är sannolikt en bidragande faktor till att de yngre generationerna i dagens samhälle känner att de inte har möjligheten att slappna av, något som troligtvis ökade i samband med pandemin.¹³¹ Rosa tar själv upp att självhjälpsböcker är ett komplement till den tidspress som existerar i

¹³⁰ Hartmut Rosa 2014, s. 32-33

¹³¹ Sara Konrath, "I study Americas youth. Here's what I found", *BigThink* 02-09-2022, <https://bigthink.com/the-well/kids-youth-today/> [Hämtad 2023-04-12]

senmoderna samhällen, och det går att argumentera för att även de tre böckerna i uppsatsen existerar under dessa premisser. *Atomic Habits* ska hjälpa läsaren att bli bättre varje dag och skapa tid för nya vanor, *The Subtle Art of Not Giving a F*ck* ska göra läsaren till en bättre och lyckligare person och *The Body Keeps the Score* erbjuder nytt hopp för att läsaren ska ta tillbaka sitt eget liv. Konsumenten kan, och ska, alltid förbättras.

I introduktionen till boken *Lost in Perfection* skriver bland annat Rosa att en evig strävan efter optimering och personlig utveckling samt förbättring är en av de mest betydande kulturella principerna som existerar i dagens västerländska samhällen, och det blir tydligt även på bokmarknaden genom självhjälpsböckerna och deras ökande popularitet.¹³² Å andra sidan är det även så att människor söker efter mening och lugn i dagens kaotiska kultur, inte minst efter pandemin.¹³³ Med det sagt handlar två av de bästsäljande böckerna inte nödvändigtvis om effektivitet och optimering av tid, utan mer om en optimering av jaget genom läkning och tankesätt. Det är dock inte heller särskilt konstigt, då den sociala accelerationen enligt Rosa även bidragit till en samhällelig idé om ett långsiktigt identitetsprojekt och personlig förbättring.¹³⁴

En ytterligare intressant aspekt av böckerna och deras marknadsföring är porträtteringen av författarna, både av de själva och förlagen. Två av författarna kallas för experter av sina förlag, troligtvis för att öka texternas trovärdighet. Vidare är det så att böckernas författare alla har en följarbas, och två av författarna har över en miljon följare. De marknadsför även sina egna titlar, både på sina hemsidor och på Instagram. Det tyder på att författaren och vem hen är spelar en stor roll i marknadsföringen av böcker, och är ännu ett sätt som böckerna och de grundidéer de presenterar har blivit ett fenomen som står för mer än endast boken och texten. Även det faktum att det går att finna mycket kritik mot Bessel van der Kolk på sociala medier visar den viktiga rollen som författaren som person spelar i en boks marknadsföring, då användare avråder eventuella konsumenter från att köpa boken av just det skälet.

Något som eventuellt kan vara ytterligare en konsekvens av just TikToks nyfunna roll som makthavare på bokmarknaden är det faktum att det endast är mindre förlag som givit ut böckerna på svenska. På appen diskuteras de engelska utgåvorna av boken, och

¹³² Vera King, Benigna Gerisch & Hartmut Rosa, *Lost in Perfection: impacts of optimization on culture and psyche*, New York: Routledge London, 2019, s. 1.

¹³³ Dennis Pierce 2021.

¹³⁴ Hartmut Rosa 2014, s. 94

Förläggarföreningens statistik visar på att utländska böcker ökade i försäljning och att engelskans ställning på marknaden är helt dominerande. TikTok som makthavare syns även på den utländska topplistan för 2022, där Förläggarföreningen själva skriver att i princip alla böcker är BookTok-böcker. De konstaterar dock även att bästsäljarnas andel av marknaden har varit förhållandevis låg mellan 2018 och 2022. *Atomic Habits* verkar dock vara ett undantag för detta då den finns på topplistan över utländska böcker.

Sammanfattning

I marknadsföringen av de tre böckerna lyfter alla förlagen fram böckernas bästsäljarstatus, och vissa lyfter även fram specifika försäljningssiffror. Alla lovar konsumenten eftersträvansvärda saker så som bättre effektivitet, bättre mående och traumaläkning. Mottagningen av böckerna är övergripande bra på både TikTok, Instagram och Storytel, vilket inte är särskilt konstigt då personliga rekommendationer spelar stor roll i skapandet av bästsäljare. Det som däremot är intressant är att böckerna trots sina skilda ämnen får liknande kritik om att de är amerikanska och tjugiga.

Böckernas popularitet speglar samhället, vilket visar på hur forskning inom förlags- och bokmarknadskunskap är relevant för sociologiska studier, och vice versa. De har alla i varierande grad kommit att representera mer än endast den text de består av, vilket märks på det material relaterat till böckerna på sociala medier och återigen på det faktum att författarnas roll är en viktig aspekt både av marknadsföringen och för konsumenten, vilket märks i kritiken av Bessel van der Kolk.

Det som Hartmut Rosa kallar för social acceleration, har i kombination med pandemin och makten som sociala medier gett till konsumenter skapat en kulturell miljö där böcker om personlig utveckling och självhjälp lätt kan bli bästsäljare. Som extrema bästsäljare visar de tre böckerna på samhällets intresse av personlig utveckling, och hur sociala medier har bidragit till att främja deras popularitet. Vidare hade det varit intressant att undersöka varför det inte är större förlag på den svenska bokmarknaden som väljer att ge ut dessa bästsäljande fackböcker samt att analysera hur de mindre förlagens profilering kan höra samman med deras beslut att ge ut böckerna. Det hade även varit intressant att utföra en djupare analys kring skillnaden mellan självhjälpböcker på de olika bokmarknaderna.

Referenser

Tryckt material

- Archer, J. & Jockers, M., *The Bestseller Code: Anatomy of the Blockbuster Novel*, New York: St. Martin's Press 2016
- Denscombe, M., *The Good Research Guide: For Small-scale Research Projects*, Maidenhead, Berkshire: McGraw-Hill Education, 2014
- Helgasson, J., Kärrholm, S. & Steiner, A. *Hype: Bestsellers and Literary Culture*, Lund: Nordic Academic Press, 2014
- Genette, G., *Paratexts*, Cambridge: Cambridge University Press, 1997
- Jenkins, H., *Konvergenskulturen*, 2. uppl., Göteborg: Daidalos, 2012
- Rosa, H., *Acceleration, modernitet och identitet*, Göteborg: Daidalos, 2014
- Steiner, A., "Serendipity, promotion, and literature", *Hype: Bestsellers and Literary Culture*, red. Jon Helgasson, Sara Kärrholm & Ann Steiner, Lund: Nordic Academic Press, 2014
- Whelehan, I., *The Feminist Bestseller*, New York: Palgrave Macmillan, 2005

Otryckt material

- Adlibris, "98 tips från BookTok", u.å., <https://www.adlibris.com/se/kampanj/98-tips-booktok/>
[Hämtad 2023-04-02]
- Adlibris, "Atomic Habits", u.å., <https://www.adlibris.com/se/bok/atomic-habits-9781847941831> [Hämtad 2023-04-02]
- Adlibris, "Självhjälp och personlig utveckling" på engelska, u.å.,
https://www.adlibris.com/se/avdelning/sjalvhjalp-personlig-utveckling-9342?filter=grouped_language_sv:engelska [Hämtad 2023-04-07]
- Adlibris, "Självhjälp och personlig utveckling" på svenska, u.å.,
https://www.adlibris.com/se/avdelning/sjalvhjalp-personlig-utveckling-9342?filter=grouped_language_sv:svenska [Hämtad 2023-04-07]
- Adlibris, "The Subtle Art of Not Giving a F*ck", u.å.,
<https://www.adlibris.com/se/bok/subtle-art-of-not-giving-a-fck-9780062641540>
[Hämtad 2023-04-02]
- Akademi förlag, "Om oss", u.å., <https://www.akademius.se/omoss> [Hämtad 2023-03-30]
- Armitstead, C., "'After Lockdown, things exploded' – how TikTok triggered a books revolution", *The Guardian* 08-06-2022,

- <https://www.theguardian.com/books/2022/jun/08/lockdown-exploded-tiktok-books-revolution-booktok> [Hämtad 2023-04-02]
- Ashcroft, A. (@alyashcroft), TikTok, 19-05-2021,
<https://www.tiktok.com/@alyashcroft/video/6964104557626445062?lang=en&q=the%20body%20keeps%20the%20score%20review&t=1683649365200> [Hämtad 2023-04-10]
- Bao, T. & Chang, T. S., “Why Amazon uses both the New York Times Best Seller List and customer reviews”, *Decision Support Systems* vol 67, 2014, doi: 10.1016/j.dss.2014.07.004.
- Bergsma, A., “Do self-help books help?”, *Journal of Happiness Studies* Februari 2008, doi: 10.1007/s10902-006-9041-2.
- Bjorvatn, B., Fiske, E. & Pallesen, S., ”A self-help book is better than sleep hygiene advice for insomnia”, *Scand J Psychol* 2011, doi: 10.1111/j.1467-9450.2011.00902.x.
- Bookstabbed (@bookstabbed), Instagram, 21-04-2023,
<https://www.instagram.com/p/CrTuBCGIinF/> [Hämtad 2023-04-25]
- Bowler, G., “Netnography”, *The Qualitative Report* vol 15, 2010, doi: 10.46743/2160-3715/2010.1341
- Burgess, A., Yeomans, H. & Fenton, L., “‘More options...less time’ in the ‘hustle culture’ of ‘generation sensible’”, *The British Journal of Sociology* vol 73, 2022, doi: 10.1111/1468-4446.12964
- Clear, J., ”About”, u.å., <https://jamesclear.com/about> [Hämtad 2023-04-02]
- Clear, J., (@jamesclear), Instagram, u.å., <https://www.instagram.com/jamesclear/> [Hämtad 2023-04-02]
- Cruz, V., “The phenomenon of TikTok’s popularity”, *Market Business Review* 19-10-2021,
<https://marketbusinessnews.com/the-phenomenon-of-tiktoks-popularity/278399/>
[Hämtad 2023-05-20]
- Egan, E., ”Does a Writer Ever Get Cozy on the Best-Seller List? Bessel van der Kolk Says No.”, *The New York Times* 08-07-2021,
<https://web.archive.org/web/20210711201246/https://www.nytimes.com/2021/07/08/books/review/the-body-keeps-score-bessel-van-der-kolk.html> [Hämtad 2023-04-01]

- HarperCollins, “The Subtle Art of Not Giving A F*ck”, u.å.,
<https://www.harpercollins.com/products/the-subtle-art-of-not-giving-a-fck-mark-manson> [Hämtad 2023-04-02]
- Harvey, J., “The Content Characteristics of Best-Selling Novels”, *Public Opinion Quarterly* vol 17, 1953, doi: 10.1086/266441
- Healwithfifi (@heal.with.fifi), TikTok, 15-06-2021,
<https://www.tiktok.com/@heal.with.fifi/video/6973782651635272965?lang=en&q=thebodykeepsthescore&t=1683647605422> [Hämtad 2023-04-10]
- Hedström, P., ”Experimental Macro Sociology: Predicting the Next Best Seller, *SCIENCE* vol 331, 2006, doi: 10.1126/science.1124707
- Heller, J., “Marriage, Womanhood, and the Search for ‘Something More’”, *The Journal of Religion and Popular Culture* vol. 2, no. 1 2002, doi: 10.3138/jrpc.2.1.005
- Instagram, ”#1procentsmetoden”, u.å.,
<https://www.instagram.com/explore/tags/1procentsmetoden/> [Hämtad 2023-04-14]
- Instagram, ”#atomichabits”, u.å., <https://www.instagram.com/explore/tags/atomichabits/>
 [Hämtad 2023-04-14]
- Instagram, ”#denädlakonstenofnotgivingafuck”, u.å.,
<https://www.instagram.com/explore/tags/denädlakonstenofnotgivingafuck/> [Hämtad 2023-04-14]
- Instagram, ”#kroppenhållerräkningen”, u.å.,
<https://www.instagram.com/explore/tags/kroppenhållerräkningen/> [Hämtad 2023-04-14]
- Instagram, ”#thebodykeepsthescore”, u.å.,
<https://www.instagram.com/explore/tags/thebodykeepsthescore/> [Hämtad 2023-04-14]
- Instagram, ”#thesubtleartofnotgivingafuck”, u.å.,
<https://www.instagram.com/explore/tags/thesubtleartofnotgivingafuck/> [Hämtad 2023-04-14]
- Kaldo et al., ”Use of a self-help book with weekly therapist contact to reduce tinnitus distress: a randomized controlled trial”, *J Psychosom Res* 2007, doi: 10.1016/j.jpsychores.2007.04.007.
- King, V., Gerisch, B. & Rosa, H., *Lost in Perfection: impacts of optimization on culture and psyche*, New York: Routledge London, 2019
- Konrath, S., ”I study Americas youth. Here’s what I found”, *BigThink* 02-09-2022,
<https://bigthink.com/the-well/kids-youth-today/> [Hämtad 2023-04-12]

- Lisa (@lrbreads), TikTok, 18-01-2023,
<https://www.tiktok.com/@lrbreads/video/7190013600201837866?lang=en&q=the%20body%20keeps%20the%20score%20review&t=1683649365200> [Hämtad 2023-04-10]
- Liu et al., "Using AI Chatbots to provide self-help depression interventions for university students", *Internet Interventions* vol 27 2022, doi: 10.1016/j.invent.2022.100495.
- Lyons, A. & Griffin, C., "Managing menopause", *Social Science & Medicine* vol 56 2003, doi: 10.1016/S0277-9536(02)00165-X.
- Manson, M., u.å., <https://markmanson.net>, [Hämtad 2023-04-02]
- Manson, M. (@markmanson), Instagram, u.å., <https://www.instagram.com/markmanson/> [Hämtad 2023-04-02]
- Miller, L., "The Best-Seller List as Marketing Tool and Historical Fiction", *Book History* vol 3, 2000, doi: 10.1353/bh.2000.0012.
- Mills et al., "Self-help interventions to reduce self-stigma in people with mental health problems", *Psychiatry Research* vol 284 2020, doi: 10.1016/j.psychres.2019.112702.
- MiMa Förlag (@mimaforlag), Instagram, u.å., <https://www.instagram.com/mimaforlag/> [Hämtad 2023-03-30]
- Murray, S., *The Digital Literary Sphere*, Baltimore: Johns Hopkins University Press, 2018
- Nielsen BookData, "Examining the BookTok Potential", u.å.,
<https://nielsenbook.co.uk/examining-the-booktok-potential/> [Hämtad 2023-04-27]
- Panaou, P. & Tsilimeni, T., "Translated Book Covers as Peritextual Thresholds", *In book: Translating and Transmediating Children's Literature* 2020, doi: 10.1007/978-3-030-52527-9_9
- Persianplayaa (@persianplayaa), TikTok, 13-03-2023,
<https://www.tiktok.com/@persianplayaa/video/7210017034648784155?lang=en&q=the%20subtle%20art%20of%20not%20giving%20a%20fuck%20review&t=1683645427436> [Hämtad 2023-04-10]
- Penguin Random House, "Atomic Habits", u.å.,
<https://www.penguinrandomhouse.com/books/543993/atomic-habits-by-james-clear/> [Hämtad 2023-04-02]
- Penguin Random House, "Bessel van der Kolk, M.D.", u.å.,
<https://www.penguinrandomhouse.com/authors/2063010/bessel-van-der-kolk-md/> [Hämtad 2023-04-02]

- Penguin Random House, "The Body Keeps the Score", u.å.,
<https://www.penguinrandomhouse.com/books/313183/the-body-keeps-the-score-by-bessel-van-der-kolk-md/> [Hämtad 2023-04-02]
- Philosatea (@philosatea), TikTok, 29-12-2020,
<https://www.tiktok.com/@philosatea/video/6911798260743130373?lang=en> [Hämtad 2023-04-10]
- Pierce, D., "Self-Help Books Fill a Burgeoning Need", *LibraryJournal*, 09-03-2022,
<https://www.libraryjournal.com/story/self-help-books-fill-a-burgeoning-need> [Hämtad 2023-04-02]
- Plesa, P. & Petranker, R., "Manifest your desires: Psychedelics and the self-help industry",
International Journal of Drug Policy vol 105 2022, doi:
 10.1016/j.drugpo.2022.103704.
- Plettislyssnar (@plettislyssnar), Instagram, 03-07-2022,
<https://www.instagram.com/p/CfkFrFtDqPM/> [Hämtad 2023-04-14]
- Schofield, D., "The Dark Side of TikTok Self-Help Content", *Refinery29* 24-03-2022,
<https://www.refinery29.com/en-gb/2022/03/10895801/tiktok-self-help-wellness>
 [Hämtad 2023-04-05]
- Shaffi, S., "What will we be reading next year? Five biggest trends from the London book fair", *The Guardian* 13-04-2022,
<https://www.theguardian.com/books/2022/apr/13/what-will-we-be-reading-next-year-five-biggest-trends-from-the-london-book-fair> [Hämtad 2023-03-27]
- Sharma, A., Liu, H. & Liu H., "Best Seller Rank (BSR) to Sales: An empirical look at Amazon.com, *IEEE International Conference on Software Quality, Reliability and Security Companion*, 2020, doi: 10.1109/QRS-C51114.2020.00104
- Shepherd, J., "21 Essential TikTok Statistics", *Social Shepherd* 15-05-2023
<https://thesocialshepherd.com/blog/tiktok-statistics> [Hämtad 2023-05-20]
- Sidneyraz (@sidneyraz), TikTok, 09-02-2023,
<https://www.tiktok.com/@sidneyraz/video/7198228512363285802?lang=en&q=thebodykeepsthescore&t=1683647605422> [Hämtad 2023-04-10]
- Stephanie (@manicpixiesteph), TikTok, 11-02-2023,
<https://www.tiktok.com/@manicpixiesteph/video/7199014468372892974?lang=en&q=thebodykeepsthescore&t=1683647605422> [Hämtad 2023-04-10]
- Storytel, "1%-metoden", u.å., [Hämtad 2023-04-11]
- Storytel, "Den ädla konsten of not giving a f*ck", u.å., [Hämtad 2023-04-11]

Storytel, ”Kroppen håller räkningen”, u.å., [Hämtad 2023-04-11]

Storytel, ”Om Storytel”, u.å., <https://www.storytel.com/se/sv/om-storytel> [Hämtad 2023-03-29]

Sutherland, J., *Bestsellers*, Oxford: Oxford University Press, 2007

Svenska Bokhandlareföreningen & Svenska Förläggareföreningen, *Bokförsäljningsstatistiken 2022*, Stockholm: Svenska Bokhandlareföreningen och Svenska Förläggareföreningen, 2023

Swope, J., ”’New Year, New Me’: The Consumers Driving the Self-help Book Boom”, *BookMachine* 27-02-2023, <https://bookmachine.org/2023/02/27/self-help-book-boom/> [Hämtad 2023-04-02]

The Body Keeps the Score (@thebodykeepsthescore), Instagram, u.å., <https://www.instagram.com/thebodykeepsthescore/>, [Hämtad 2023-04-02]

The New York Times, ”About the Best Sellers”, u.å., <https://www.nytimes.com/books/best-sellers/methodology/> [Hämtad 2023-04-02]

The New York Times, ”Advice, How-To & Miscellaneous”, april 2023, <https://www.nytimes.com/books/best-sellers/advice-how-to-and-miscellaneous/> [Hämtad 2023-04-07]

The New York Times, ”Paperback Nonfiction”, april 2023, <https://www.nytimes.com/books/best-sellers/paperback-nonfiction/> [Hämtad 2023-04-20]

TikTok, ”#atomichabits”, u.å., <https://www.tiktok.com/tag/atomichabits?lang=en> [Hämtad 2023-04-10]

TikTok, ”#selfhelpbooks”, u.å., <https://www.tiktok.com/tag/selfhelpbooks?lang=en> [Hämtad 2023-04-10]

TikTok, ”#tthebodykeepsthescore”, u.å., <https://www.tiktok.com/tag/thebodykeepsthescore?lang=en> [Hämtad 2023-04-10]

TikTok, ”#thesubtleartofnotgivingaf”, u.å., <https://www.tiktok.com/tag/thesubtleartofnotgivingaf?lang=en> [Hämtad 2023-04-10]

Tomczyk et al., ”Yes, I can! Development and validation of the self-efficiency for self-help scale”, *Journal of Affective Disorders* vol 331 2023, doi: 10.1016/j.jad.2023.03.028.

van der Kolk, B., ”Biography”, u.å. <https://www.besselvanderkolk.com/about/biography> [Hämtad 2023-04-02]

van der Kolk, B., ”Home”, u.å. <https://www.besselvanderkolk.com> [Hämtad 2023-04-02]

Walker, R., "Stressed Brits buy record number of self-help books", *The Guardian* 09-03-2019, <https://www.theguardian.com/books/2019/mar/09/self-help-books-stressed-brits-buy-record-number> [Hämtad 2023-03-30]

Yoki (@yoki_222), TikTok, 03-07-2021,
https://www.tiktok.com/@yoki_222/video/6980819144828538118?lang=en&q=the%20subtle%20art%20of%20not%20giving%20a%20fuck%20review&t=1683645427436 [Hämtad 2023-04-10]

Zimmerman, T., Holm, K. & Haddock, S., "A Decade of Advice for Women and Men in the Best-Selling Self-Help Literature", *Family Relations* vol 50 2004, doi: 10.1111/j.1741-3729.2001.00122.x

Bilaga 1 – Säljtexter

Atomic Habits – Penguin Random House

The #1 *New York Times* bestseller. Over 10 million copies sold!

Tiny Changes, Remarkable Results

No matter your goals, *Atomic Habits* offers a proven framework for improving—every day. James Clear, one of the world’s leading experts on habit formation, reveals practical strategies that will teach you exactly how to form good habits, break bad ones, and master the tiny behaviors that lead to remarkable results.

If you’re having trouble changing your habits, the problem isn’t you. The problem is your system. Bad habits repeat themselves again and again not because you don’t want to change, but because you have the wrong system for change. You do not rise to the level of your goals. You fall to the level of your systems. Here, you’ll get a proven system that can take you to new heights.

Clear is known for his ability to distill complex topics into simple behaviors that can be easily applied to daily life and work. Here, he draws on the most proven ideas from biology, psychology, and neuroscience to create an easy-to-understand guide for making good habits inevitable and bad habits impossible. Along the way, readers will be inspired and entertained with true stories from Olympic gold medalists, award-winning artists, business leaders, life-saving physicians, and star comedians who have used the science of small habits to master their craft and vault to the top of their field.

Learn how to:

- make time for new habits (even when life gets crazy);
- overcome a lack of motivation and willpower;
- design your environment to make success easier;
- get back on track when you fall off course;

...and much more.

Atomic Habits will reshape the way you think about progress and success, and give you the tools and strategies you need to transform your habits—whether you are a team looking to win a championship, an organization hoping to redefine an industry, or simply an individual who wishes to quit smoking, lose weight, reduce stress, or achieve any other goal.

Praise:

Wall Street Journal bestseller

USA Today bestseller

Publisher's Weekly bestseller

One of *Fast Company's* 7 Best Business Books of 2018

One of *Business Insider's* Best Self-Help Books of 2018

1%-metoden – Akademius Förlag

1 %-metoden (Atomic Habits) har toppat försäljningslistorna hos bl.a. New York Times, Wall Street Journal, USA Today, Amazon och Audible, och sålt över 10 miljoner exemplar. Oavsett dina mål erbjuder 1 %-metoden ett beprövat ramverk för förbättring. James Clear, en av världens ledande experter på vanebildning, avslöjar praktiska strategier som lär dig exakt hur man bildar goda vanor, bryter dåliga och behärskar de små beteenden som leder till anmärkningsvärda resultat.

Om du har problem med att ändra dina vanor är problemet inte du. Problemet är systemet du använder. Dåliga vanor upprepar sig om och om igen, inte för att du inte vill ändra dem, utan för att du har fel system för förändring. Här får du ett beprövat system som kan ta dig till nya höjder.

Clear är känd för sin förmåga att bryta ner komplexa ämnen till enkla beteenden som lätt kan användas i vardagen och arbetet. Här bygger han på de mest beprövade idéerna från biologi, psykologi och neurovetenskap för att skapa en lättförståelig guide som gör goda vanor oundvikliga och dåliga vanor omöjliga.

The Subtle Art of Not Giving a F*ck – HarperCollins

#1 *New York Times* Bestseller

Over 10 million copies sold

In this generation-defining self-help guide, a superstar blogger cuts through the crap to show us how to stop trying to be "positive" all the time so that we can truly become better, happier people.

For decades, we've been told that positive thinking is the key to a happy, rich life. "F**k positivity," Mark Manson says. "Let's be honest, shit is f**ked and we have to live with it." In his wildly popular Internet blog, Manson doesn't sugarcoat or equivocate. He tells it like it is—a dose of raw, refreshing, honest truth that is sorely lacking today. *The Subtle Art of Not Giving a F**k* is his antidote to the coddling, let's-all-feel-good mindset that has infected modern society and spoiled a generation, rewarding them with gold medals just for showing up.

Manson makes the argument, backed both by academic research and well-timed poop jokes, that improving our lives hinges not on our ability to turn lemons into lemonade, but on learning to stomach lemons better. Human beings are flawed and limited—"not everybody can be extraordinary, there are winners and losers in society, and some of it is not fair or your fault." Manson advises us to get to know our limitations and accept them. Once we embrace our fears, faults, and uncertainties, once we stop running and avoiding and start confronting painful truths, we can begin to find the courage, perseverance, honesty, responsibility, curiosity, and forgiveness we seek.

There are only so many things we can give a f**k about so we need to figure out which ones really matter, Manson makes clear. While money is nice, caring about what you do with your life is better, because true wealth is about experience. A much-needed grab-you-by-the-shoulders-and-look-you-in-the-eye moment of real-talk, filled with entertaining stories and profane, ruthless humor, *The Subtle Art of Not Giving a F**k* is a refreshing slap for a generation to help them lead contented, grounded lives.

Den ädla konsten of not giving a f*ck – Adlibris

Mark Manson presenterar ett på ytan enkelt och samtidigt revolutionerande perspektiv: att bry sig mindre och om färre saker är den mest effektiva nyckeln till ett lyckligt liv! I *Den ädla konsten of not giving a f*ck* får du mängder av skarpa, underhållande anekdoter som illustrerar varför det här perspektivet är så kraftfullt och får oss att må mycket bättre. Du får också ett stort antal konkreta tips för hur du förbättrar ditt liv genom att bry dig om färre, men rätt saker.

The Body Keeps the Score – Penguin Random House

#1 *New York Times* bestseller

“Essential reading for anyone interested in understanding and treating traumatic stress and the

scope of its impact on society.” —Alexander McFarlane, Director of the Centre for Traumatic Stress Studies

A pioneering researcher transforms our understanding of trauma and offers a bold new paradigm for healing in this *New York Times* bestseller

Trauma is a fact of life. Veterans and their families deal with the painful aftermath of combat; one in five Americans has been molested; one in four grew up with alcoholics; one in three couples have engaged in physical violence. Dr. Bessel van der Kolk, one of the world’s foremost experts on trauma, has spent over three decades working with survivors. In *The Body Keeps the Score*, he uses recent scientific advances to show how trauma literally reshapes both body and brain, compromising sufferers’ capacities for pleasure, engagement, self-control, and trust. He explores innovative treatments—from neurofeedback and meditation to sports, drama, and yoga—that offer new paths to recovery by activating the brain’s natural neuroplasticity. Based on Dr. van der Kolk’s own research and that of other leading specialists, *The Body Keeps the Score* exposes the tremendous power of our relationships both to hurt and to heal – and offers new hope for reclaiming lives.

Kroppen håller räkningen – Akademius förlag

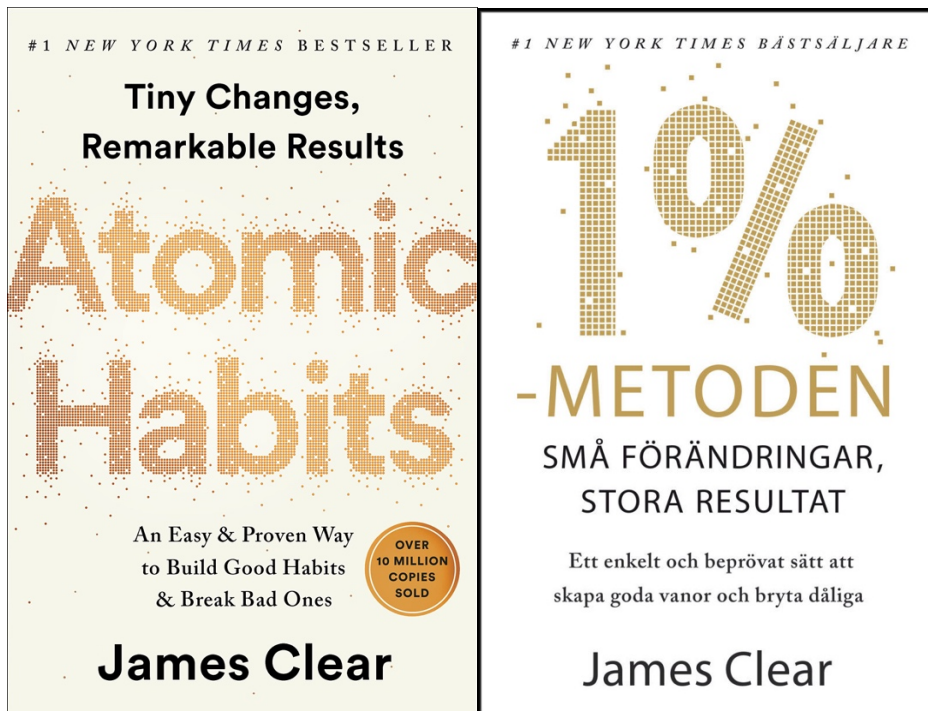
Traumatiserade människor finns överallt. I Sverige växer ett av fem barn upp i en familj med missbruk, 1-2 barn i varje skolklass mobbas under uppväxten och en av tio svenska kvinnor har någon gång i sitt liv utsatts för sexuella övergrepp.

Modern forskning visar att den här typen av traumatiska upplevelser bokstavligen omformar både kropp och hjärna och försämrar de drabbades förmåga att känna glädje, engagemang, självkontroll och tillit.

I boken *Kroppen håller räkningen* erbjuder traumaspecialisten Bessel van der Kolk ett nytt perspektiv på trauma och går igenom innovativa behandlingar som öppnar nya vägar till återhämtning och skänker hopp om ett harmoniskt liv.

Bilaga 2 – Omslag

Figur 1 & 2.



Figur 3 & 4.



Figur 5 & 6.

