

Lunds universitet  
Förlags- och bokmarknadskunskap  
Institutionen för kulturvetenskaper  
Handledare: Sara Kärrholm  
Examinator: Sara Tanderup Linkis  
2023-05-26

Elvira Heurlin  
Sara Öberg  
FBMK12

# Litteratur utan själ

En litteratursociologisk studie om diskussionen kring  
samt användningen av AI i förlagsbranschen

# Abstract

Syftet med uppsatsen är att undersöka hur tolv svenska skönlitterära förlag tänker kring att använda AI (artificiell intelligens) inom sin verksamhet, vilka hinder som kan finnas, samt om åsikterna kring AI är kopplade till synen på litterärt värde. Frågeställningarna som undersökningen utgår från fokuserar på hur förlagsanställda ställer sig till den potentiella användningen av AI i förlagsarbetet, vilka hinder som finns för att implementera AI i branschen, samt hur förlagsanställdas åsikter om AI påverkas av föreställningar om litterärt värde. Som underlag för undersökningen används två intervjuer med två förlagschefer för ett medelstort och ett stort svenskt skönlitterärt förlag, samt tjugo kortare mejlsvar från anställda på svenska skönlitterära förlag av olika storlek. De teoretiska utgångspunkterna som används är Michael Bhaskars publishing theory och litterärt värde.

Materialet visar att de flesta förlag är inställda på att använda sig av AI i framtiden, samtidigt som det finns en rädsla gällande den tekniska utvecklingen. En stor del av detta går att koppla till att den mänskliga konstnärliga förmågan värderas högre än AI:s, samt att för mycket teknisk involvering i det redaktionella arbetet kan skapa stora förändringar både inom branschen och i litteraturen. Huruvida dessa förändringar kommer att vara positiva eller negativa råder det dock delade meningar om bland intervjupersonerna. Materialet visade dock på ett samband mellan de anställdas åsikter och litterärt värde, främst stil- och formvärdet och det ekonomiska värdet.

Nyckelord: AI; artificiell intelligens; litterärt värde; Michael Bhaskars publishing theory; värdeteori; litteratursociologi.

## Innehållsförteckning

<b>Inledning .....</b>	<b>1</b>
<b>Syfte och frågeställning.....</b>	<b>2</b>
<b>Material.....</b>	<b>2</b>
<b>Metod .....</b>	<b>3</b>
<b>Bakgrund - AI.....</b>	<b>4</b>
<b>Tidigare forskning.....</b>	<b>5</b>
<b>Teori .....</b>	<b>9</b>
<i>Litterärt värde.....</i>	<i>9</i>
<i>Bhaskars Publishing theory.....</i>	<i>10</i>
<b>Resultat.....</b>	<b>12</b>
<i>Mejlsvar.....</i>	<i>13</i>
<i>Intervjuer .....</i>	<i>14</i>
<i>Piratförlaget.....</i>	<i>14</i>
<i>HarperCollins Nordic.....</i>	<i>15</i>
<b>Analys.....</b>	<b>17</b>
<i>Användandet av AI idag.....</i>	<i>17</i>
<i>Potentiella användningsområden framöver .....</i>	<i>19</i>
<i>AI som författare? .....</i>	<i>22</i>
<i>AI och upphovsrätt.....</i>	<i>23</i>
<i>Litterärt värde.....</i>	<i>24</i>
<i>Stil- och formvärde .....</i>	<i>24</i>
<i>Ekonomiskt värde .....</i>	<i>27</i>
<i>Emotionellt värde .....</i>	<i>30</i>
<i>Kunskapsvärde .....</i>	<i>31</i>
<i>Socialt värde.....</i>	<i>32</i>
<b>Avslutande diskussion .....</b>	<b>33</b>
<b>Litteraturförteckning .....</b>	<b>38</b>
<i>Tryckta källor.....</i>	<i>38</i>
<i>Otryckta källor.....</i>	<i>39</i>
<b>Bilagor.....</b>	<b>41</b>
<i>Bilaga 1 .....</i>	<i>41</i>



# Inledning

De flesta av oss har under de senaste åren blivit vagt bekanta med termen Artificiell Intelligens, eller AI, men efter att ChatGPT släpptes i november 2022 har det varit i princip omöjligt att undgå rapporteringen, debatten och det ivrigt experimenterande kring detta nya fenomen. Utvecklingen med AI har till och med av vissa forskare beskrivits som lika revolutionerande som upptäckten av elektricitet.<sup>1</sup> Samtidigt såg man i realtid roliga klipp i sociala medier om hur bisarrt AI klipper youtubevideos, samt att en AI-styrd kamera under en fotbollsmatch misstagit domarens huvud för bollen och följt honom i 90 minuter.<sup>2</sup> Det tog dock inte lång tid innan den ystra stämningen dämpades och det började spekuleras hur denna nya teknik skulle kunna påverka olika yrkeskategorier, och om människan nu råkat digitalisera bort sig själv?

Denna svaga panik existerar just nu i många branscher, men har slagit extra hårt mot de yrken där textproduktion är centralt, eftersom AI numera klarar av att konstruera längre texter på svenska. Förlagsbranschen inkluderas i detta i allra högsta grad och branschens främsta nyhetsplattformar, BOKTUGG och Svensk Bokhandel, har under de senaste åren sporadiskt rapporterat kring AI-utvecklingen. Det senaste halvåret märks det dock att ämnet har blivit mer relevant, samt att både intresset och oron inför den nya tekniken groor inom branschen. Artiklar med titlar som ”ChatGPT och AI kan ersätta många frilansskribenter”, ”AI - en stor utmaning för juridiken framöver” och ”AI-författare döms ut: ”Är helt förskräcklig”” tyder på att AI kan komma att påverka flera yrkeskategorier inom branschen i framtiden, samt att branschen är oenig om hur tekniken borde användas.

Det finns dock väldigt lite forskning om hur AI används inom svensk förlagsbransch, eftersom tekniken är så pass ny, och det finns en brist på källor som rent konkret tar upp förlagens relation till AI i dagsläget. Det finns forskning som kartlägger brittiska förlags användning av AI, men det är svårt att veta ifall den svenska branschen kommer att följa samma utveckling eller gå sin egen väg. På grund av detta är det relevant att göra en undersökning som utgår direkt ifrån förlagsanställdas perspektiv och skapar en tydlig bild av hur situationen ser ut just nu.

---

<sup>1</sup> Michael Bhaskar, ”AI and Publishing”, *Logos* 31 (3):13-19.

<sup>2</sup> James Vincent, ”AI camera repeatedly confuses bald head for soccer ball during live stream”, *The Verge*, 3 november 2020 <https://www.theverge.com/tldr/2020/11/3/21547392/ai-camera-operator-football-bald-head-soccer-mistakes>, [Hämtad 21 maj 2023].

# Syfte och frågeställning

Syftet med uppsatsen är att göra en litteratursociologisk undersökning av hur anställda på tolv svenska skönlitterära förlag tänker kring användandet av AI i förlagsbranschen och hur föreställningar om litterärt värde kan påverka dessa åsikter. Utöver det vill vi ta reda på i vilken utsträckning AI kan komma att användas, hur det i så fall påverkar förlagen samt vilka hinder som finns för att implementera AI i förlagsbranschen. Våra frågeställningar är följande:

- Hur ställer sig förlagsanställda till den potentiella användningen av AI i förlagsarbetet?
- Vilka hinder finns det för att använda AI inom förlagsbranschen?
- Hur påverkas förlagsanställdas åsikter om AI av föreställningar om litterärt värde?

## Material

Undersökningen använder sig av svar från tjugo förlagsanställda från olika förlag i Sverige. Vårt material består dels av tjugo mejlsvår från förlagsmedarbetare och dels av två semistrukturerade intervjuer med två förlagschefer (som också svarade på mejlen). Vi valde att ställa följande två frågor till förlagsmedarbetare på olika svenska förlag i våra mejl:

- Hur ställer du dig som (position) till den potentiella användningen av AI i det redaktionella arbetet?
- Om AI används, hur förändrar det den redaktionella processen hos er?

Under några veckors tid samlades tjugo mejlsvår in och av dessa valde vi ut två som ansågs var intressanta och användbara för uppsatsen. Vi valde då att kontakta personerna till dessa svar igen för att fråga om de skulle kunna tänka sig att medverka i en intervju. Intervjuerna varade i ungefär tjugo minuter vardera och frågorna som ställdes i intervjun är listade i bilaga 2. Den första intervjun gjordes via telefon och den andra via videosamtal eftersom båda förlagen ligger i Stockholm, vilket hindrade oss från att hålla i intervjuerna fysiskt. Detta ledde till att intervjuerna antagligen blev mer strukturerade då det är mindre naturligt att prata digitalt än ansikte mot ansikte. Vi tror dock inte att resultatet led av detta eftersom vi fick ställt alla våra frågor och fick till en bra diskussion. Intervjuerna spelades dessutom in med ett externt verktyg samtidigt som vi antecknade för att få ett så autentiskt resultat som möjligt. Intervjupersonerna tillfrågades om lov att bli inspelade. De fick också frågan om de ville vara anonyma i studien, vilket de svarade nej på. Vårt material består sammanfattningsvis av tjugo

mejlsvår och två semistrukturerade intervjuer som ska analyseras i vår undersökning för att försöka besvara våra frågeställningar. Det material som har samlats in via våra mejlkonversationer finns tillgängligt om så önskas.

## Metod

Vår metod kan delas upp i fyra olika faser. Den första fasen grundar sig i en urvalsprocess där vi valde vilka förlag vi *inte* ämnade att ha med i undersökningen. Dessa förlag kunde exempelvis vara sådana som endast publicerar ljudböcker eller läromedel. Uppsatsens fokus har lagts på förlag som främst ger ut skönlitteratur, då det främst är här AI används, trots att diskussionen för hjälpmedlet har kommit på tal inom läromedelsförlagen. Tjugo olika förlag valdes ut att potentiellt intervjuas. I urvalet utgick vi ifrån Boktuggs artikel ”Sveriges största bokförlag 2019”, där vi letade upp kontaktuppgifterna till alla skönlitterära förlag som listades.<sup>3</sup>

Den andra fasen gick ut på att samla in vårt material till vår undersökning. Vi formulerade våra frågeställningar och tog kontakt med dessa tjugo förlag. Vi skrev till två eller tre anställda på vardera förlag för att få en bredare insikt i förlagens inställning till AI och deras potentiella användning av verktyget. Det ökade även chanserna att få svar på våra frågor. Främst kontaktades personer som arbetar redaktionellt eller som har chefspositioner. Så småningom samlades tjugo svar in från de olika förlagen och kontaktpersonerna.

Efter det att vi gått igenom svaren som samlats in kontaktades två av dessa förlagsmedarbetare igen för att fråga huruvida de skulle vara intresserade av att medverka i en intervju om ämnet. Detta steg i metoden kallar vi den tredje fasen. Frågorna som ställdes till dessa två förlagschefer är listade i bilaga 2. Personerna som intervjuades valdes ut då deras svar var intressanta och meningsbärande för uppsatsen. Dessa svar var längre, mer resonerande samt mer öppna för diskussion än vissa andra svar.

Den fjärde och slutliga fasen bestod av en analys av det material som samlats in från intervjuerna och mejlsvaren med hjälp av de teorier som valts ut. Analysen är strukturerad utifrån undersökningens frågeställningar samt olika teman som blivit tydliga i resultatet. Exempelvis har upphovsrätt ett eget avsnitt då det diskuteras ofta i materialet. De två förlagscheferna som intervjuades i fas tre kontaktades även för att dubbelkolla att vi inte feltolkat deras svar i analysen. Slutligen sammanfattades det vi kom fram till i undersökningen för att försöka svara på våra tre frågeställningar.

---

<sup>3</sup> Sölve Dahlgren, ”Sveriges största bokförlag 2019”, *Boktugg*, 13 december 2019, <https://www.boktugg.se/2019/12/13/sveriges-50-storsta-bokforlag/>, [Hämtad: 29 mars 2023].

Då ett förlag uttryckligen bad om att få vara anonymt valde vi att anonymisera alla kontaktpersoner genom hela uppsatsen, förutom de förlagschefer vi intervjuade då vi hade deras godkännande att nämna dem och deras förlag vid namn. Detta fungerar i vår uppsats eftersom det inte är relevant med exakt vilka personer vi har pratat med via mejl. I resultatet nämner vi således inte kontaktpersonernas namn, förlag eller position. I analysen benämns dock våra kontaktpersoner via mejl som till exempelvis "Kontaktperson B" i fotnoterna där vi dessutom nämner vilket förlag dessa arbetar på. Vilket förlag kontaktpersonerna som vill vara anonyma kommer ifrån nämns dock inte och följaktligen refereras dessa till "Kontaktperson D/H" från förlag X.

## Bakgrund - AI

Rent översiktligt är artificiell intelligens en maskins förmåga att visa människoliknande drag, såsom resonerande, inlärning, planering och kreativitet. AI-tekniken konstruerades först på 1950-talet av bland annat Arthur Samuel som myntade begreppet *machine learning*, Norbert Wiener som betraktas som fadern till cybernetiken samt forskare som Marvin Minsky, Allen Newell och Herbert Simon. USA:s beslut att forska och utveckla en artificiell intelligens bottenar bland annat i Rysslands framgångar i utvecklingen av sitt rymdprogram. Investeringen i den här så kallade "kunskapsinfrastrukturen" skulle inte bara leda till månlandningar utan även ha en dominoeffekt på vetenskap och teknik. Detta utlöste framförallt datorrevolutionen på 1980-talet och ledde till informationsåldern och uppkomsten av internet på 1990-talet. Med den stora tillgången av data, i kombination med datorkraft i en stor skala, började AI bli det hetaste teknikfältet och följaktligen ett av de snabbast växande forskningsfälten. Framväxten av AI har sedan dess skett hastigt och utvecklingen har varit omfattande. Exempelvis används AI idag för att föreslå musik, tv-serier och böcker på streamingtjänster, beställa en Uber och bildigenkänning.<sup>4</sup>

Den världsbild som idag målas upp av kritiker och förespråkare beskrivs av vissa som överdriven. Polariserade bilder av AI:s konsekvenser målas upp, menar författarna i *Digitala läromedel i en digitaliserad skola* (2023). Förespråkare hävdar att intelligenta datorer eller AI är svaret på om inte alla, så många problem. Kritiker hyser oro för att superdatorer ska ta över

---

<sup>4</sup> Daniel W. Hook & Simon J. Porter, "AI versus IA", *Artificial Intelligence in Libraries and Publishing*, 2022, s. 5 f.

mänskligt beslutsfattande och i värsta fall bestämma helt själva i frågor som människor kanske helst beslutar om.<sup>5</sup>

Den 30 november 2022 lanserades ChatGPT som en prototyp på hemsidan chat.openai.com.<sup>6</sup> ChatGPT står för *Chat Generative Pre-trained Transformer* och beskrivs som en virtuell assistent eller en chattrobot som har skapats av företaget OpenAI och som inledningsvis var kostnadsfri.<sup>7</sup> <sup>8</sup> Chattrfunktionen kan bland annat sammanfatta olika texter, samtala på ett människoliknande sätt samt skriva berättelser efter förfrågan. Verktøget har blivit tränad efter maskininlärning av ett stort antal texter från bland annat hemsidor och böcker och använder sig av ett mönsterigenkänningsprogram. Mottagandet av ChattrGPT har sedan dess varit tudelat. Många kritiker pekar på att chattroboten inte sällan genererar falsk information och många förespråkare anser att verktyget kan komma att underlätta i vardagen samt utföra enklare uppgifter snabbare och mer effektivt än människor.<sup>9</sup>

AI har väckt stor uppmärksamhet i förlagsbranschen det senaste året trots bristande kunskap om ämnet i branschen. Begreppet AI är enligt *People plus machines: the role of artificial intelligence in publishing* svårt att skapa en exakt definition för och därför förklaras AI genom de specifika former av artificiell intelligens som förlagen använder sig av. Detta är främst datalingsvistisk (även kallat NLP), ”text mining” och textdata, maskininlärning och djupinlärning.<sup>10</sup>

## Tidigare forskning

I oktober 2020 publicerade den brittiska organisationen Publishers Association rapporten *People plus machines: the role of artificial intelligence in publishing*, gällande användningen av AI på bokförlag i Storbritannien. Termen ”bokförlag” definieras i undersökningen som förlag som ger ut läromedel, akademisk litteratur eller allmänlitteratur. Rapporten är en evidensbaserad undersökning som genom enkäter och intervjuer kartlägger vilken typ av AI-

---

<sup>5</sup> Marie Utterberg Modén, Johan Lundin, Martin Tallvid, *Digitala läromedel i en digitaliserad skola*, Malmö, 2023, s. 24 f.

<sup>6</sup> James Vincent, ”AI-generated answers temporarily banned on coding Q&A site Stack Overflow”, *The Verge*, 5 december 2022, <https://www.theverge.com/2022/12/5/23493932/chatgpt-ai-generated-answers-temporarily-banned-stack-overflow-llms-dangers>, [Hämtad 3 april 2023].

<sup>7</sup> Kevin Roose, ”The Brilliance and Weirdness of ChatGPT”, *The New York Times*, 5 december 2022, <https://www.nytimes.com/2022/12/05/technology/chatgpt-ai-twitter.html>, [Hämtad 3 april 2023].

<sup>8</sup> John Simons, ”The Creator of ChatGPT Thinks AI Should Be Regulated”, *Time*, 5 februari 2023, <https://time.com/6252404/mira-murati-chatgpt-openai-interview/>, [Hämtad 3 april 2023].

<sup>9</sup> Vincent, ”AI-generated answers temporarily banned on coding Q&A site Stack Overflow”, 2022.

<sup>10</sup> Frontier Economics, *People plus machines: the role of artificial intelligence in publishing*, Publishers Association, 2020. <https://www.publishers.org.uk/publications/people-plus-machines/> [Hämtad 25 april 2023].

teknik som förlagen använder, hur utbredd användningen är, vad den har för specifika användningsområden, och vilka effekterna blir. Undersökningen fokuserar även på när AI började användas inom branschen, hur anställda på bokförlagen ser på användningen i framtiden, samt vad som potentiellt hindrar förlag att investera i AI.<sup>11</sup>

Rapporten bygger på information från 31 brittiska förlag, där materialet samlats in genom enkäter, intervjuer och fallstudier. Förlagen som medverkat är både stora förlagshus och mindre aktörer. De områden inom förlagsverksamheten som undersökts är det redaktionella arbetet, produktionen, marknadsföring, ekonomi och kundtjänst.<sup>12</sup>

Resultatet som redovisas pekar på att AI-utvecklingen inom den brittiska förlagsbranschen främst drivs av de större förlagen, då det bara var ett mindre förlag som svarat att de använder sig av AI. Rapporten pekar även på att förlagens investering i artificiell intelligens började på riktigt år 2017, men att utvecklingen ännu är i startgroparna. Detta stöds av att majoriteten av de brittiska förlag som använder sig av AI svarat att de ännu inte ser några mätbara positiva effekter av den nya teknologin, men förväntar sig att kunna göra det inom två år.<sup>13</sup>

En slutsats som undersökningen gör är att den konstaterar att det vanligaste användningsområdet för AI inom den brittiska förlagsbranschen är att klassificera och tagga innehåll. Med detta menas främst metadata och liknande information som används för att öka verks synlighet på digitala plattformar. I kartläggningen framkom även att 45% av de förlag som svarat att de använder sig av AI använder det på sina marknadsföringsavdelningar för att göra omvärldsanalyser och förutspå marknaden. Undersökningens intervjusvar visar även att AI används för en hel del uppgifter inom det redaktionella arbetet, som bland annat korrekturläsning och faktagranskningar. Flera förlagsmedarbetare uppgav även att de tror att det i framtiden kommer bli vanligare att använda artificiell intelligens som ett hjälpmedel för författaren i skrivprocessen, och även i manusutvecklingen.<sup>14</sup>

Undersökningen ställer även frågan om vad det finns för hinder för brittiska bokförlag att investera i AI. Majoriteten (67%) svarade att det största hindret för branschen just nu är bristande kunskap från förlagens sida om AI och hur det skulle kunna användas, samt bristande IT-infrastruktur. En effekt av detta är att de flesta förlag som använder sig av AI svarade att de är beroende av IT-företag och konsulter för att använda tekniken, eftersom kunskapen inte finns

---

<sup>11</sup> Frontier Economics, 2023.

<sup>12</sup> Frontier Economics, 2023.

<sup>13</sup> Frontier Economics, 2023.

<sup>14</sup> Frontier Economics, 2023.

inom den egna organisationen. Andra hinder för vidare investering i artificiell intelligens är juridisk osäkerhet samt höga kostnader.<sup>15</sup>

Trots detta svarade majoriteten av förlagen, oavsett storlek, att AI kommer bli viktigt för branschen inom de kommande fem åren. En tredjedel av de medverkande förlagen tror dock inte att artificiell intelligens kommer att påverka deras egen verksamhet, och det råder en viss osämja bland de tillfrågade förlagen ifall den nya tekniken kommer att innebära en total förändring av branschen eller inte. Än är förlagen dock inte särskilt oroade över att AI kommer resultera i att fasta jobb försvinner, utan ser det mer som ett verktyg som kan ta över lättare uppgifter och spara in tid.<sup>16</sup>

”Artificial Intelligence in Libraries and Publishing” publicerades 2022 och berör ämnen såsom vad artificiell intelligens är och dess historia, medieutvecklingen, hur bibliotek och deras databaser kan använda sig av AI samt hur AI har använts i förlagsbranschen (främst för akademiska texter). Syftet med antologin är att förse läsarna med idéer kring hur AI kan vara ett hjälpmedel för att göra innehåll mer lättillgängligt och sökbart samt att förklara icke-uppenbara samband mellan AI och bokbranschen.<sup>17</sup>

Antologin belyser att AI-begreppet tidigare har varit förankrat i IT-branschen men idag används av allmänheten i ett större omfång. De förklarar dessutom att det idag finns en allmän och utbredd ”skräck” för att AI ska ta över mänskligheten. Trots att AI har, och potentiellt kommer, förändra världens ekonomi, samhälle, relationer och uppfattningen om världen behöver det inte alltigenom vara positivt, menar Daniel W. Hook och Simon J. Porter. Här jämför de AI:s utveckling och expanderings med mobiltelefonen och dess påverkan på social integration.<sup>18</sup>

Catherine Nicole Coleman och Michael A. Keller redogör för AI:s intåg på biblioteket i kapitel två. De skriver att AI bland annat används för tal-till-text-översättningar, ”image similarity search” och ordinbäddningar samt att AI, genom algoritmiska processer, förändrar hur människor upptäcker och interagerar med information på internet. Coleman och Keller skriver dock att det finns en lucka i utvecklingen med AI på bibliotek. De menar att hitta *rätt* information för att besvara en fråga eller att hitta en ny resurs för att driva en innovativ forskning kräver en mänsklig expertis i form av exempelvis en bibliotekarie och att den här mänskliga expertisen behövs i en AI-design. De hävdar emellertid att AI:s intåg på

---

<sup>15</sup> Frontier Economics, 2023.

<sup>16</sup> Frontier Economics, 2023.

<sup>17</sup> Pickering, Ruth, ”Introduction”, *Artificial Intelligence in Libraries and Publishing*, 2022, s. 1.

<sup>18</sup> Daniel W. Hook och Simon J. Porter. ”AI versus IA”, *Artificial Intelligence in Libraries and Publishing*, 2022, s. 3 f.

bokbranschen och på bibliotek har tillfört nya funktioner i databaserna såsom lättare sökmotorer eller mer avancerade system för metadata.<sup>19</sup>

Todd A. Carpenter kommer närmre in på bokbranschen i sitt kapitel av antologin. Han skriver här att i en värld av forskning, iakttagelser, upptäckter och akademisk kommunikation kommer AI ha en påverkan inom fem nyckelområden: lagring och hämtning, maskinläsning, förståelse, syntes och kreativitet. Han påstår vidare att AI kommer att spela en roll inom alla dessa fem områden i framtiden, men att kreativitet kommer att bli en bristvara i produktion gjord av AI.<sup>20</sup> Carpenter menar dock att det för närvarande finns en mängd olika tillämpningar av AI som utger sig för att vara kreativa, exempelvis de system som kan producera konstnärliga bilder, musikaliska verk eller till och med fiktiva texter. Han påstår dock att även ifall ett konstverk har producerats av AI är tre essentiella element av tillverkningen kontrollerade av människor. Den första är ingången, den andra avsikten och den tredje är det redaktionella urvalet av utdata. Innan en algoritm används i ett kreativt projekt måste denna granska en uppsättning data som liknar den önskade utdatan för att förstå vad denna utdata kan vara. Man hade exempelvis inte kunnat träna en AI till att skriva en engelsk sonett, om allt den tillhandahölls var träningsdata om japansk sport. AI-system är ett verktyg men kreativiteten förblir djupt inbäddad i den mänskliga curatorns sinne. Maskiner kommer inte att vara kreativa nog för människor i bemärkelsen av traditionell kreativitet, skriver han.<sup>21</sup>

Å ena sidan talar antologin brett om AI-användningen inom bibliotek och hur den potentiellt skulle kunna användas i bokbranschen som ett hjälpmedel för att skriva akademiska texter eller tillverka konstnärliga verk. Den berör å andra sidan inte hur AI används i praktiken på förlag i USA eller England (forskarna sitter på amerikanska och brittiska lärosäten) eller hur förlagsmedarbetare faktiskt ställer sig till den nya teknologin och AI som ett hjälpmedel i den redaktionella processen. Det gör däremot *People plus machines*, som redovisar både användning av och åsikter gällande AI på brittiska förlag. Vi anser att det är av intresse att genomföra en undersökning som kartlägger den svenska förlagsbranschen på ett liknande sätt, fast med kopplingar till litterärt värde. Detta då den tidigare forskningen inte har haft det här fokuset och att det är möjligt att det finns kopplingar mellan synen på litterärt värde och förlagens inställning till AI. Bristen på forskning gjord med den här specifika inriktningen är vår främsta motivation till undersökningen och vad som gör den både aktuell och intressant.

---

<sup>19</sup> Catherine Nicole Coleman & Michael A. Keller, "AI in the research library environment", *Artificial Intelligence in Libraries and Publishing*, 2022, s. 26-31.

<sup>20</sup> Todd A. Carpenter, "Would a Google of AIs be able to predict the future?: where is information management headed in a world of artificial intelligence?", *Artificial Intelligence in Libraries and Publishing*, 2022, s. 55.

<sup>21</sup> Carpenter, 2022, s. 63 ff.

# Teori

I följande del redovisas de teorier som nyttjas i vår undersökning. Dessa teorier används senare som hjälpmedel för att analysera vårt insamlade material.

## Litterärt värde

I *Höstens böcker. Litterära värdeförhandlingar 2013* skriver Torbjörn Forslid, Jon Helgason, Lisbeth Larsson, Christian Lenemark, Anders Ohlsson och Ann Steiner om den samtida diskussionen kring litteraturens värden, innehåll och funktioner och studerar litteraturens motsättningar, mönster samt dess dramaturgi. Forskarna utgår i den här antologin från tjugo romaner som utkom hösten 2013 och följer romanernas gemensamma eller olika värderingar för litterärt värde.<sup>22</sup>

I *Höstens böcker* analyserar och beskriver dess forskare litterärt värde som ett resultat av en komplex och invecklad process som involverar ett antal värdeskapande handlingar, utförda av många olika aktörer. En central punkt forskarna vill trycka på är att litterärt värde är resultatet av värdeskapande handlingar; det är *inte* en i vissa texter förefintlig egenskap. De menar att litterärt värde inte är något som ingår i tinget som en konstituerad egenskap utan "betecknar de positiva (eller negativa) effekter som någon erfar före, under och efter det att han eller hon tagit del av ett litterärt verk" - och därefter tillskrivs det.<sup>23</sup>

För att närma sig sitt empiriska material, det vill säga de tjugo utvalda romanerna som utkom under hösten 2013, har forskarna valt att differentiera och dela upp värdebegreppet i fem delar. Då estetiskt värde är ett ideologiskt belastat begrepp som historiskt har laddats med olika betydelser har forskarna valt att kalla den första "värdekategorin" för *stil- och formvärden*. Stil och form är historiskt förankrade värdekategorier som ter sig i olika karaktärer. Gäller det exempelvis kvalitetslitteratur flätas stil- och formvärden gärna ihop med aspekter som formfulländning, konstnärlig originalitet eller njutbarhet. När det gäller populärlitteratur är stil- och formvärdet mer förknippat med genreförväntningar och frågan om huruvida verket lever upp till dessa eller inte. En annan dimension av stil- och formvärdet är dess rent materiella aspekter såsom formgivning av omslag, bokens format, eller vilket typsnitt som används.

---

<sup>22</sup> Torbjörn Forslid, Jon Helgason, Lisbeth Larsson, Christian Lenemark, Anders Ohlsson, Ann Steiner, *Höstens böcker. Litterära värdeförhandlingar 2013*, Göteborg, Stockholm, 2015, s. 9.

<sup>23</sup> Forslid, m.fl., 2015 s. 11.

Den andra värdekategorien som antologin använder sig av är *kunskapsvärdet* som berör verkets förmåga att tilldela läsaren kunskap om något eller någon. Ett litterärt verk som har ett högt kunskapsvärde tillför läsaren med information om exempelvis läsarna själva, om omvärlden eller kan ge en inblick i historiska skeenden eller en viss kulturell erfarenhet. En annan aspekt rör dessutom verkets existentiella eller etiska dimension; hur den ger läsaren insikter eller kunskap om den mänskliga existensens villkor eller moraliska dilemman.

Den tredje värdekategorien väljer forskarna att kalla för *emotionella värden*. Denna värdekategori speglar litteraturens känslomässiga aspekter, exempelvis huruvida ett verk kan förmedla och väcka känslor hos en läsare. Emotionella värden kan handla om såväl positiva som negativa känslor och kan ta sig rent kroppsliga uttryck såsom hjärtklappning, skratt eller svettattacker.

I den fjärde värdekategorin infaller alla *sociala värden*. Författarna till antologin menar att läsning tillhör en social kontext och utgör en social praktik. Att läsa kan ge en upplevelse eller en känsla av tillhörighet och social gemenskap med andra. Det kan handla om att känna igen sig i det lästa eller om att manifesteras sin solidaritet med en viss grupp läsare och således bli inkluderad i en större gemenskap, eller tvärtom att manifesteras sina unika egenskaper och sitt egna varumärke. Idag framkommer den sociala värdedimensionen ofta på internet och på sociala medier. Den blir också tydlig i det samtida uppsvinget av bokcirklar, bokmässor eller bokfestivaler.

Den sista typ av värden som tas upp i *Höstens böcker* är *ekonomiska värden*. Att tala om ekonomiska värden för ett specifikt verk är inte särskilt enkelt; hur mycket ett verk har gått med vinst, vilken marknadsföringsbudget den haft, eller hur mycket bokens produktion eller tryck kostade är uppgifter förlaget oftast inte går ut i offentligheten med. Även en boks materiella utformning, exempelvis i vilket format den är utgiven i eller hur den produceras, kan ha en ekonomisk värdedimension. Forskarna menar dock att det finns en risk att missa den ekonomiska dimensionen som är förbunden med konsumentledet om man endast betraktar ekonomiskt värde utifrån producentledet.<sup>24</sup>

## Bhaskars Publishing theory

I verket *Content Machine: Towards a Theory of Publishing From the Printing Press to the Digital Network* syftar Michael Bhaskar att ta fram en theory of publishing som går att applicera på branschen trots att den ständigt förändras. När verket skrevs var det digitalisering

---

<sup>24</sup> Forslid, m.fl., 2015 s. 73-79.

och digitala format som höll på att skriva om reglerna för förlagsbranschen, men Bhaskar poängterar flera gånger att bokförläggandets karaktär alltid påverkas av ny teknik, och därför är under ständig revolution.<sup>25</sup>

Som utgångspunkt börjar Bhaskar med att försöka definiera vad *publishing* är och inte är. Det är många delar av bokutgivning som nästan alltid är en del av processen, men som går att delegera till personer utanför förlaget, och som därför inte tillhör bokförläggandets kärna. Bhaskar kommer fram till att de fyra delar av processen som alltid är närvarande är amplification, filtering, models och framing, vilket kan översättas som förstärkning, filtrering, modeller och inramning. Filtrering och förstärkning utgör förlagsverksamhetens kärna, menar Bhaskar, och beskriver själva urvalsprocessen och sedan valet att multiplicera och marknadsföra verken.<sup>26</sup>

Bhaskar skriver att hans publishing theory i grund och botten kommer ifrån en slags content theory, eftersom när man talar om bokförlagens verksamhet talar man automatiskt om produktion av innehåll. Det är här som modeller och inramning kommer in i bilden. Innehåll skapas enligt Bhaskar alltid efter en modell (ett visst tillvägagångssätt som följer en affärsplan) och presenteras i specifikt utvalda format, vilket Bhaskar kallar inramning.<sup>27</sup>

Något som *Content Machine: Towards a Theory of Publishing From the Printing Press to the Digital Network* flitigt upprepar är att förläggarens arbete ständigt utvecklas på grund av ny teknik, och därför även är i ständig kris.<sup>28</sup> Detta är anledningen att Bhaskar bara utnämner fyra handlingar som den sanna kärnan i förlagens verksamhet, och bygger sin teori utifrån dem. Utifrån det här synsättet har modern teknik (vare sig det gäller tryckpressen eller InDesign) alltid varit en central del av bokförlagens verksamhet, och bör därför inte ses som ett hot utan en naturlig del av arbetsprocessen.<sup>29</sup> Det finns dock konsekvenser av digitaliseringen som Bhaskar presenterar som hot, bland annat disintermediering, som gör att det idag är möjligt att ge ut böcker utan att gå igenom den traditionella förlagsprocessen. Bhaskars teori grundar sig till viss del i att bara det som berör bokförläggandets fyra grundprinciper (förstärkning, filtrering, modeller och inramning) kan ses som hot, då ett förlag enligt teorin inte längre är ett förlag om något av dessa steg försvinner.<sup>30</sup>

---

<sup>25</sup> Michael Bhaskar, *Content Machine: Towards a Theory of Publishing From the Printing Press to the Digital Network*, 1uppl. (New York, NY: Anthem Press, 2013), s. 75.

<sup>26</sup> Bhaskar 2013, s. 21 f.

<sup>27</sup> Bhaskar 2013, s. 21 f.

<sup>28</sup> Bhaskar 2013, s. 16.

<sup>29</sup> Bhaskar 2013, s. 75.

<sup>30</sup> Bhaskar 2013, s. 100 f.

## Resultat

Här redovisas det material som har samlats in, dels via mejlsvar och dels via två intervjuer. Vi fick in tjugo mejlsvar från förlagsmedarbetare och två av dessa intervjuades senare över telefon eller videosamtal. Sammanlagt har tolv förlag medverkat i undersökningen, då vissa av mejlsvaren kom från medarbetare på samma förlag.

Vi har valt att kategorisera förlagen som medverkat via mejl som små, mellanstora eller stora förlag, då det är intressant att veta i relation till resultatet samt att ett förlag uttryckligen har bett om att få vara anonymt. Ann Steiner har gjort en distinktion mellan dessa förlag i *Litteraturen i mediesamhället*. Hon skriver att det, med en förenklad beskrivning av den svenska bokmarknaden, finns två stora koncerner, två stora förlag, ett stort antal mellanstora förlag och ett mycket stort antal små förlag och mikroförlag. De två stora koncernerna är Bonnierförlagen och Norstedts förlagsgrupp och har ett stort antal systerförlag och imprints. Natur och Kultur samt Massolit förlagsgrupp är två stora förlag men ingår inte i större mediekoncerner. I de medelstora förlagen räknas bland annat Pocketförlaget, Piratförlaget, Historiska Media och Goboken förlag in. Bland de små förlagen räknas bland annat Alfabet, Ordfront, Opal och Atlantis in. Marknaden är dock rörlig och ibland köper förlagskoncerner upp mindre förlag.<sup>31</sup> Exempelvis tillhör Historiska Media Bonnierkoncernen sedan juli 2022.<sup>32</sup> Ytterligare köptes det amerikanska förlaget Harlequin upp av HarperCollins 2014, som är en av världens största förlagskoncerner. Förlaget har haft en utgivning av populärpocket i Sverige sedan 1979 och med ett nytt förlagsnamn, HarperCollins Nordic, har man skyltat med en ökad och breddad utgivning i Sverige.<sup>33</sup>

Gränserna mellan storlekarna på förlagen i Sverige är tämligen diffusa då det finns flera olika måttstockar - omsättning, genomslagskraft, antal publicerade titlar eller kulturell betydelse är några. I huvudsak brukar man dock tala om antingen omsättning eller antal publicerade titlar som viktiga måttstockar men det är inte alltid tydligt vilket som åsyftas. Steiner hänvisar senare till Litteraturutredningen 2012 och redovisar för hur ett förlags omsättning ser ut i samband med kategoriseringen av förlagets storlek. Här står det att ett stort förlag måste omsätta över 100 miljoner kronor per år; ett mellanstort förlag måste omsätta mellan 10 och 99 miljoner kronor per år respektive 1 till 9 miljoner kronor för små förlag. Alla förlag som omsätter mindre än en miljon kronor per år räknas som ett mikroförlag.<sup>34</sup> Vi har

---

<sup>31</sup> Steiner, Ann, *Litteraturen i mediesamhället*, Lund, 2009:2015, s. 83 ff.

<sup>32</sup> Historiska Media, "Om Historiska Media", <https://historiskamedia.se/om-oss/>, [Hämtad 2 maj 2023].

<sup>33</sup> Steiner, 2009:2015, s. 92.

<sup>34</sup> Steiner, s. 83 ff.

valt att räkna alla förlag som ingår i Norstedts förlagsgrupp eller Bonnierförlagen som stora förlag. HarperCollins Nordic har vi valt att kategorisera som ett stort förlag då de omsätter mer än 100 miljoner per år samt ingår i den stora amerikanska förlagskoncernen HarperCollins.<sup>35</sup>

## Mejlsvar

Mejlsvaren kommer inte att redovisas var för sig; vi kommer i stället gå igenom återkommande mönster bland svaren. Dessutom redovisas saker som stack ut och var mer ovanligt.

Något alla mejlsvar hade gemensamt var faktumet att inget förlag explicit svarade att de i dagsläget använder sig av AI som ett hjälpmedel i den redaktionella processen, även om det finns andra källor som tyder på detta. En anledning till detta kan vara att frågan om huruvida förlagen använder sig av AI går att tolka på olika sätt i och med att AI-begreppet är svårt att definiera. Vad som dock blev tydligt är att den potentiella användningen av AI är något som många förlag funderar på, vare sig det gäller vilka funktioner som de skulle kunna nyttja i sitt arbete eller vilka etiska och juridiska problem som utvecklingen för med sig. Det framkom att många testar de redan befintliga AI-verktygen för att se om de skulle kunna användas på förlaget.

Spekulationer om framtiden var också vanligt förekommande, där de flesta var ense om att AI kommer att bli mer vanligt inom förlagsarbetet. En återkommande fundering som kom till ytan var huruvida AI-verktyget kommer kunna skriva texter eller romaner som ett förlag skulle kunna se som estetiskt godtagbara.

En del av svaren som samlats in bottnade i känsloargument, där även om kontaktpersonerna medgav att AI-verktyg kan komma att användas i framtiden var de inte positivt inställda till utvecklingen. Med termen "känsloargument" menas här den typen av retoriska argumentationsfel där argumentet bottnar i känslor i stället för logik.<sup>36</sup> Argumenten som presenterades här var bland annat faktumet att förlagen i fråga ville behålla deras samarbete med sina frilansare samt att litteratur bör skapas av människor och inte datorer. En av våra kontaktpersoner på ett stort förlag menade att ett AI-verktyg, som endast jobbar med mönsterigenkänning, bara skriver tråkiga texter vars innehåll redan existerar sedan tidigare. Många av personerna vi hade kontakt med anser inte att en text skriven av en AI kan jämföras med en text skriven av en människa då den inte kan mäta sig med mänsklig kreativitet.

---

<sup>35</sup> Dahlgren, "Sveriges största bokförlag 2019", 2019.

<sup>36</sup> Kimball, Robert H, "A Plea for Pity.", *Philosophy and Rhetoric* 37:4 (2004), s. 301–316.

Vi fick även ett svar från en anställd på ett litet förlag som anser att AI potentiellt kan vara ett hot mot förlagsbranschen. Detta då förlaget, precis som många andra, saknar kunskap om verktyget och dess potential till att vara ett effektivt hjälpmedel. Det den anställde och hans kollegor på förlaget upplever som ett hot är AI:ns förmåga att generera en hel text. Hen anser att förlagen försörjer sig på den mänskliga skrivförmågan. Det finns en markant skillnad i tonläge gällande hur kontaktpersonerna diskuterar användandet av AI i fråga om att skriva längre texter eller bearbeta ett manus och att skriva sälj- och marknadstexter. En anställd på ett litet förlag skriver att hen är mer positivt inställd till att låta ett AI-verktyg skriva reklamtexter då ”den kreativa förmågan inte spelar en så viktig roll” när det kommer till den typen av texter.

Ett annat bekymmer som nämndes i mejlsvaren var problematiken kring upphovsrätt och hur AI:n använder sig av texter som den har tillgång till. Det finns en gemensam oro att texter genererade och konstruerade av ett AI-verktyg bryter mot upphovsrätten. Vissa av mejlsvaren visade dock på en oro att skapa problem för förlagen om AI-genererad text *skulle* vara fri från upphovsrättslagen. Svaren tyder alltså på ett orosmoment oavsett om AI faktiskt bryter mot upphovsrättslagen eller inte.

De potentiella användningsområdena som nämns mest frekvent är korrekturläsning, lättare redigering, att skriva kortare texter, beräkning av upplagor, bildskapande samt inläsning av olika texter. Vad som emellertid är återkommande i många svar är kommentarer om att AI-verktygen som är tillgängliga i dagsläget inte är tillräckligt utvecklade för att skriva lika välformulerad svenska som en människa och därför inte är i det stadiet där hjälpmedlet kan användas i en större skala ännu. Detta gäller även de AI-översättningstjänster som finns tillgängliga, även om många förlag uppgett att de för tillfället gör testöversättningar.

## Intervjuer

### Piratförlaget

Augustin Erba är förlagschef på Piratförlaget och har tidigare arbetat som journalist samt forskat om AI och driver bland annat frågor om hur man kan använda AI i förlagsbranschen. Han medverkade i en tjugo minuter lång intervju och svarade på frågor (se bilaga 2) om AI och dess intåg i förlagsbranschen. På frågan om huruvida Piratförlaget använde sig av AI svarade Erba att begreppet är vagt och därför är frågan svår att svara på. Han menade att AI-verktyget som har väckt så mycket uppmärksamhet i medier idag egentligen inte är något mer avancerat än telefonens autokorrekt med mer data. Den gör heller inget anspråk på att vara intelligent i

intelligent-begreppets riktiga bemärkelse; verktyget använder sig bara av mönsterigenkänning. Han berättade att Piratförlaget använder ett rättstavningsprogram som drivs av AI men att de inte använder sig av andra funktioner såsom ChatGPT.

På frågan om vad AI-teknik kan användas till i förlagsbranschen, svarar Erba att det kan användas till många olika saker och jämför sedan verktyget med Google och dess många olika funktioner. Han berättar att man kan använda den här sortens mekanik för att exempelvis sätta en bok. En faktabok med många illustrationer eller diagram är ett exempel på en slags litteratur där AI kan vara ett hjälpmedel. Dock menar han att det krävs mer handpåläggning och att detta är en fråga i hur bra man är på att programmera AI-verktyget.<sup>37</sup>

Ett återkommande ämne inom debatten av AI och dess intåg i olika branscher är verktygets hot mot yrken. Erba ser inte AI som ett hot mot förlagsbranschen. Han hänvisar här till bland annat de självkörande bilarna som fick mycket uppmärksamhet i slutet av 2010-talet. De är, menar han, inte alls självkörande utan använder också ett mönsterigenkänningsprogram. Detsamma gäller för AI-verktyg som skriver eller bearbetar texter; verktyget använder sig av mönsterigenkänning. Programmet kan inte drivas av egen vilja, den kan bara kopiera saker som redan finns. Erba säger att han är ”extremt icke-orolig” och att ”AI är som vilket verktyg som helst; den kan göra vissa rutinuppgifter och om den är programmerad tillräckligt väl kan den göra svårare saker”. AI:n kan inte göra något mer avancerat än så och enligt honom kommer detta vara fallet under en tid framöver. Dessutom är svenskan ett så pass litet språk att det kommer ta lång tid innan AI:n kan anpassas till den svenska förlagsbranschen i bemärkelsen av svenska texter.<sup>38</sup>

Han tror att en AI kommer kunna göra vissa monotona uppgifter och göra livet lite lättare men en större utveckling än så ser han inte i en snar framtid. Erba nämner att han skulle kunna använda en AI för att lokalisera korrekturfel och repetitivt språk i en text, men han litar inte på AI:s kreativa förmåga att själv förbättra texten. Det mänskliga medvetandet är så otroligt mycket mer komplext och det kommer bli svårt att efterlikna genom en dator, menar han. AI:n blir ett verktyg som många andra och just nu är vi inne i en väldigt stor hype.<sup>39</sup>

## HarperCollins Nordic

Anette Ekström, HarperCollins Nordics förlagschef, intervjuades även i undersökningen. Intervjun inleddes med frågan om HarperCollins Nordic använder sig av AI på något sätt i

---

<sup>37</sup> Augustin Erba, förlagschef på Piratförlaget. Videosamtal den 5 maj 2023.

<sup>38</sup> Erba, videointervju.

<sup>39</sup> Erba, videointervju.

dagsläget. Då framkom det att förlaget regelbundet testat olika former av AI-översättningar, för att se hur långt utvecklingen har kommit och om de har blivit bra nog att använda sig av på riktigt ännu. Det tar längre tid att utveckla den sortens teknik för svenska språket, menar Ekström, men de testat även att låta AI hjälpa till att optimera sälj- och marknadstexter. Hon ser en möjlighet att använda AI som ett verktyg för att snabbt ge utkast till kortare texter, som till exempel marknads- och baksidestexter. Det finns även en möjlighet att använda AI till andra redaktionella uppgifter som till exempel korrläsning och till viss del redigering, innan en människa tar över processen.<sup>40</sup>

Ekström tar upp att HarperCollins Nordic har en väldigt stor backlist som AI-verktyg skulle kunna hjälpa dem att reaktivera genom att ”fräscha upp” omslag och baksidestexter, och på så sätt göra dem bättre anpassade för marknaden. HarperCollins äger även förlaget Harlequin, som fungerar som ett av deras romanceimprints och som följer en utgivningsprocess med högre tempo än vanlig skönlitterär utgivning. Även här ser Ekström möjligheter i att använda AI inom utgivningen, och poängterar att det finns enorma arkiv med Harlequinromaner som aldrig publicerats på svenska, men som skulle kunna bli aktuella om de kan höja utgivningstempot med hjälp av AI.<sup>41</sup>

Det är tydligt att hon ser AI som enbart just ett verktyg, och beskriver det bland annat som ett bra inspirationsverktyg eftersom AI inte är en människa och därför kan se saker (som till exempel handlingen i en bok) ur oväntade vinklar. Ekström uttrycker dock att hon inte ser poängen i att låta AI skriva hela verk, och menar att ”(o)m vi låter AI skriva en bok har vi tappat hela vår själ”. Det är skillnad på ett arbetsverktyg och en konstnär, och just den mänskliga kreativiteten tror inte Ekström att AI kommer kunna ersätta, och ser heller inte poängen i att byta ut författare mot datorer. Detta följer amerikanska HarperCollins linje, där det är bestämt att AI är ett verktyg, inte en författare.<sup>42</sup>

När vi diskuterar vilka potentiella problem det finns med att använda AI inom förlagsbranschen nämns några olika hinder. Ett av de främsta är upphovsrätt och juridiska oklarheter, eftersom AI använder sig av redan existerande material för att skapa innehåll. Ekström förklarar att texten som AI:n skriver inte har någon upphovsrätt, men materialet den använt sig av har det, vilket oroar många i branschen och gör att många avvaktar med att börja

---

<sup>40</sup> Anette Ekström, förlagschef på HarperCollins Nordic. Telefonintervju den 2 maj 2023.

<sup>41</sup> Ekström, telefonintervju.

<sup>42</sup> Ekström, telefonintervju.

använda verktygen. Det juridiska har inte hunnit med i den tekniska utvecklingen menar hon, och det krävs tydligare juridiska direktiv innan det känns säkert att använda AI.<sup>43</sup>

En annan anledning som nämns är att om AI ska användas regelbundet inom förlagsarbetet måste de flesta se över sina processer och anpassa sitt arbetssätt, och Ekström menar att det kommer att dröja ett tag innan det blir naturligt att använda AI-hjälpmiddel. Det finns dessutom en viss okunskap inom branschen gällande AI och hur det kan användas, samt en del varierande åsikter inom förlagen, vilket kan fördröja användandet. Hon tror dock att det kommer att vara vanligt att använda AI inom den svenska förlagsbranschen innan året är slut, eftersom utvecklingen går så pass fort och många förlag är i teststadiet just nu. Ekström påpekar dock att det lanseras nya AI-verktyg och plattformar i oerhört hög takt just nu, och att det är svårt för förlagen att veta vilken som är värd att använda samt vilken som är pålitlig.<sup>44</sup>

Enligt Ekström lever man just nu i en tröskelperiod i den tekniska utvecklingen, där nya storskaliga saker ligger precis om knuten. Hennes inställning gällande AI i dagsläget är dock att det varken är ett hot mot förlagsjobben eller författaryrket, utan helt enkelt är ett verktyg som kan ge förslag, ta över vissa uppgifter och snabba på processer.<sup>45</sup>

## Analys

### Användandet av AI idag

En intressant aspekt av vår undersökning är att den skapar en uppfattning av hur svenska skönlitterära förlag använder sig av AI idag, speciellt inom redaktionsarbetet. Majoriteten av de förlag vi har haft kontakt med har svarat att de idag inte använder sig av AI, även om många funderar på det och testar olika plattformar. Detta var i vissa fall förvånande då det finns en viss diskrepans mellan de svar som samlats in och hur det har rapporterats i till exempel *Boktugg* och *Svensk Bokhandel*. I artikeln ”Reedz ska hjälpa Hoi Publishing med AI-översättning av böcker” som publicerades i vintras beskrivs hur förlaget Hoi och Reedz inleder ett ”omfattande samarbete”, eftersom Hoi vill vara ledande i branschen inom teknisk utveckling.<sup>46</sup> I vår mejlkonversation med Hoi Publishing får vi dock en lite mer försiktig bild beskriven för oss. På frågan om hur AI påverkar redaktionsarbetet svarar vår kontaktperson att

---

<sup>43</sup> Ekström, telefonintervju.

<sup>44</sup> Ekström, telefonintervju.

<sup>45</sup> Ekström, telefonintervju.

<sup>46</sup> Sölve Dahlgren, ”Reedz ska hjälpa Hoi Publishing med AI-översättning av böcker”, *Boktugg*, 14 juli 2022, <https://www.boktugg.se/2022/07/14/reedz-ska-hjalpa-hoi-publishing-med-ai-oversattningar-av-bocker/> [Hämtad 2023-05-17].

det fortfarande är oklart hur användandet av AI kommer att fungera i praktiken, men att det kan leda till snabbare och billigare arbetsprocesser. Hen tillägger dock att det inte är säkert att resultatet kommer förbättras av artificiell intelligens, samt att hen personligen är lite tveksam till det och gärna behåller de frilansare de brukar anlita.<sup>47</sup> I intervjun med Anette Ekström poängterade hon att det i dagsläget finns spridda åsikter om användningen av AI även inom förlagen, eftersom utvecklingen fortfarande är i ett tidigt stadium och att det varierar hur insatta anställda är i hur AI kan användas.<sup>48</sup>

Det går att se både fördelar och nackdelar med en mer försiktig inställning kontra att leda utvecklingen. I litteratursociologen Theodor W. Adornos artikel "Kulturindustri: en återblick" problematiseras kulturbranschens vilja att ta till sig ny teknik för att bli mer effektiv och vinstdrivande. Adorno menar att när kulturindustrin - däribland bokförlag - blir fokuserad på att effektivisera och bli så vinstdrivande som möjligt blir konsten lidande. En av anledningarna till detta är att när till exempel förlag börjar använda sig av vad han kallar för "utomkonstnärlig teknik" som inte tar hänsyn till konstens autonomi är det troligare att branschen försätter sig själv i kris än att det leder till något positivt.<sup>49</sup>

Adorno var verksam under tidigare halvan av 1900-talet och den tekniska utvecklingen han teoretiserar kring ser annorlunda ut än den som beskrivs i den här uppsatsen, men de tankegångar som refereras är fortfarande relevanta eftersom de speglas i dagens diskussion kring AI. Till exempel uttrycks en pessimistisk syn på AI i Svensk Bokhandels intervju "Vi är tagna på sängen" med Författarförbundets ordförande Grethe Rottböll som speglar Adornos perspektiv på användandet av ny teknik. Rottböll ser personligen inget positivt med AI eller att det skulle kunna förbättra slutprodukten på något sätt, samt att "de vassaste förlagen inte kommer anlita en AI i första svepet".<sup>50</sup> Utifrån det här synsättet framstår det som rationellt att förlagen vi har haft kontakt med vill ta det försiktigt med AI, samt varför diskussionen kring AI kan luta mot det pessimistiska hållet.

I intervjun med Erba samt i vår mejlkonversation med vår kontaktperson på förlaget Bookmark poängterades dock att AI används bredare än vad många vet om, till exempel i sökmotorer och rättstavningsprogram.<sup>51</sup> <sup>52</sup> Alltså har den nya "utomkonstnärliga" tekniken

---

<sup>47</sup> Kontaktperson R, Hoi Publishing. (e-postkonversation, 3 april 2023).

<sup>48</sup> Ekström, telefonintervju.

<sup>49</sup> Theodor W. Adorno, "Kulturindustri: en återblick", i *Litteratursociologi: texter om litteratur och samhälle*, red. Lars Furuland & Johan Svedjedal, Studentlitteratur, 1997, s. 93-94.

<sup>50</sup> Kalle Laxgård, "Vi är tagna på sängen", *Svensk Bokhandel* 18/04/2023, <https://www.svb.se/nyheter/vi-ar-tagna-pa-sangen> [Hämtad 2023-05-20].

<sup>51</sup> Erba, videointervju.

<sup>52</sup> Kontaktperson F, Bookmark förlag. E-post 30 mars 2023.

redan tagit sig in i delar av förlagsvärlden, men möjligen utan att någon noterat det. Det är dock inom just rättstavning, korrektur och enklare språkbehandling som många förlag (av de vi haft kontakt med) är öppna för att använda AI inom. Bhaskar nämner i *Content Machine: Towards a Theory of Publishing From the Printing Press to the Digital Network* att förlagsbranschen alltid varit ledande inom den tekniska utvecklingen, men att branschen ständigt har en retorik kring sig om att vara i kris, samt att det är en del av jobbet som förläggare eller förlagschef att fatta beslut utan att fullt veta vad konsekvenserna kommer att bli.<sup>53</sup> Bhaskars publishing theory är definitivt inte teknikpessimistisk, men en punkt där han och Adorno är någorlunda eniga i är att inblandningen av ny teknik påverkar innehållet som produceras.

### Potentiella användningsområden framöver

I det insamlade materialet nämns ofta att användandet av AI inom förlagsbranschen idag fortfarande är i utvecklings- och teststadiet, men många potentiella användningsområden har tagits upp. I mejlsvaren och i intervjuerna har översättning, grovredigering, korrektur och skrivandet av sälj- och marknadsföringstexter nämnts som områden där många förlag ser en möjlighet i att använda AI. Rapporteringen från det senaste halvåret kring användandet av AI i branschen pekar mot att dessa alternativ mycket väl kan bli verklighet. Enligt Svensk Bokhandels chefsredaktör Carina Jönsson är många förlag just nu igång med att testa just översättningsfunktioner och hur man kan använda AI för korrektur och enklare redigering, vilket speglas av den information vi fått av Ekström och våra kontaktpersoner som vi mejlat med.<sup>54</sup> Dessa tre funktioner (att skriva sälj- och marknadstexter, översättning och redigering) är delar av förlagsarbetet som inte brukar ifrågasättas, men det kan komma att ändras om AI blir involverat i processen.

I intervjun med Anette Ekström nämnde hon bland annat att AI i framtiden kan bli så pass duktig på svenska att de kan användas för översättning. En annan av möjligheterna hon ser med AI är att låta artificiell intelligens ”fräscha upp” böcker ur HarperCollins Nordics backlist, till exempel genom att låta AI skriva en ny baksidestext och göra ett nytt omslag.<sup>55</sup> Det har aldrig setts som helt oproblematiskt att göra ändringar i eller omförpacka en redan publicerad text, vilket tas upp i litteratursociologen Robert Escarpits artikel ””Skapande förräderi” som nyckel till litteraturen” där han skriver att utan översättningar och

---

<sup>53</sup> Bhaskar 2013, s. 75.

<sup>54</sup> Carina Jönsson, ”Håll i, håll ut”, *Svensk Bokhandel* 23/02 2023, <https://www.svb.se/hall-i-hall-ut> [Hämtad 2023-05-15].

<sup>55</sup> Ekström, telefonintervju.

ombearbetningar hade den komparativa litteraturvetenskapen inte haft något material att utgå ifrån. Han skriver även att när ett verk översätts leder det alltid till att texten blir något annat än vad författaren skapade från början, vilket kan ses som ett slags ”förräderi” från förlagets sida. Men Escarpit lägger till att det aldrig går att vara säker på om läsaren kommer att uppfatta verket på det sätt som författaren menade, eftersom författarens perception av ett visst ord inte alltid stämmer överens med läsarens. Enligt Escarpit vore konsten meningslös ifall ”kommunikationen mellan medvetande och kunskap” var direkt och omedelbar, vilket kanske är en av riskerna om den mänskliga involveringen i textbearbetningen minskar.<sup>56</sup>

En hörnsten i litteratursociologin är vad som kallas för ”litteratursamhället”, vilket används för att beskriva hur litteraturen påverkas av sina yttre villkor och samhället den skapas i.<sup>57</sup> Att låta en AI redigera, översätta eller anpassa säljtexterna och marknadsföringen för ett verk till den moderna marknaden är i allra högsta grad att låta litteraturen påverkas av sin samtid. Men Escarpit menar att dessa fall av ”skapande förräderi” är oundvikliga om en bok ska tas ur den tid och det språkområde som den skrevs för.<sup>58</sup> Om man följer synsättet att litteratur är till för att konsumeras, och inte ska ses som historiska dokument, är det avgörande att ett verk får förändras och påverkas av sin samtid, även om det i det här fallet innebär att låta en AI behandla text.

I kontrast till detta menar vår kontakt på Volante förlag att ”(s)å länge författarna är människor av kött och blod och känslor kommer det rimligtvis behövas motsvarande kött och blod – och balanserande av känslor – på förlagens redaktioner”.<sup>59</sup> Utifrån den här vinkeln skulle man kunna se det som ett slags dubbelt förräderi att låta en dator behandla en text skriven av en människa. Det blir tydligt i de mejlsvar vi fått in och i intervjuerna vi har gjort att den mänskliga kreativiteten värderas högt, och att många inom förlagsbranschen är tveksamma till om AI kan bli lika kompetent. Fördelarna med AI kan dock vara dess förmåga att spara både tid och pengar, vilket både Jönsson och Ekström nämner.<sup>60 61</sup> I dessa ekonomiskt pressade tider kan det därför bli ett nödvändigt ont med AI, vilket följer Escarpits teori om att man ibland måste förråda texten för att den ska överleva.

---

<sup>56</sup> Robert Escarpit, ”Skapande förräderi” som nyckel till litteraturen”, i *Litteratursociologi: texter om litteratur och samhälle*, red. Lars Furuland & Johan Svedjedal, Studentlitteratur, 1997, s. 168-171.

<sup>57</sup> Johan Svedjedal, ”Det sociologiska perspektivet: om en forskningstradition och dess grundantaganden”, i *Litteratursociologi: texter om litteratur och samhälle*, red. Lars Furuland & Johan Svedjedal, Studentlitteratur, 1997, s. 74.

<sup>58</sup> Escarpit, 1997, s.172.

<sup>59</sup> Kontaktperson J, Volante förlag. (e-postkonversation, 31 mars 2023).

<sup>60</sup> Jönsson, 2023.

<sup>61</sup> Ekström, telefonintervju.

Om man ser framtidens potentiella AI-översättningar utifrån Bhaskars publishing theory kan man tolka utvecklingen relativt odramatiskt eftersom varken redigering, korrekturläsning eller översättning är en del av de handlingar som han räknar som helt väsentliga för förlagsprocessen. Akten att översätta och redigera ett verk är bland de som han menar lätt kan delegeras till personer utanför förlaget utan att verksamheten förlorar sin själ, och med tanke på att en av grundstenarna i hans teori är branschens konstanta integration med modern teknik lär det inte göra någon större skillnad om personen i fråga är en dator.<sup>62</sup> När det däremot gäller att använda AI för att skriva baksidestexter, designa omslag och skriva säljtexter blir det mer intressant.

I många mejlsvar samt i intervjuerna märktes det att de förlagsanställda är mindre försiktigt inställda till att använda AI när det gäller marknadsföring. Denna inställning kan summeras av en förlagsanställd på ett litet förlag (som har bett om att få vara anonym) som skrev att man ”i framtiden kan ge AI i uppgift att skriva en del reklamtexter och liknande, där den kreativa förmågan inte spelar en så viktig roll”.<sup>63</sup> Ett centralt begrepp för Bhaskars publishing theory är ”frames”, eller inramning, som han använder för att beskriva hur ett verk presenteras, och är enligt honom en väsentlig del av förlagsverksamheten. Enligt Bhaskar är det skillnad på begreppet bok och text, eftersom en färdigproducerad bok har en mängd (för att låna Gerard Genettes begrepp) paratexter kring sig som påverkar hur läsaren uppfattar innehållet. För att beskriva förhållandet mellan text och formatet den publiceras i görs liknelsen att förlagen håller innehåll i en behållare, och att båda delarna påverkar varandra. Bhaskar refererar till Marshall McLuhans teori om att mediet som innehåll kommuniceras via alltid blir en del av innehållet (the media is the message).<sup>64</sup>

Om man ser den potentiella användningen av AI inom marknadsföringen av böcker från den här vinkeln har vår kontaktperson på Volante Förlag en tydlig poäng - om det sker en övergång till att AI börjar ha inflytande över en boks yttre och hur den marknadsförs kommer det att förändra textens inramning och mottagande på sätt vi kanske inte kan förutspå. Detta även fast säljtexter enligt vår anonyma kontaktperson inte kräver samma kreativa förmåga. Enligt Bhaskar är det även att låta tekniken få inflytande över en del av verksamheten som är väsentlig för dess identitet.

---

<sup>62</sup> Bhaskar 2013, s. 5 ff.

<sup>63</sup> Kontaktperson H, förlag X. (e-postkonversation, 29 mars 2023).

<sup>64</sup> Bhaskar 2013, s. 133 ff.

## AI som författare?

Om man läst något av rapporteringen kring användandet av AI inom förlagsbranschen har man knappast undgått det faktum att majoriteten av debatten handlar om AI:s förmåga att skriva böcker. När vi mejlade våra kontaktpersoner handlade ingen av våra två frågor specifikt om AI-skriven litteratur, men en stor del av svaren som samlades in diskuterade just detta. Den generella inställningen i mejlsvaren summeras bra av Piratförlagets förlagschef som kommenterade att han ”tror att AI skriver tråkiga och förutsägbara romaner och ritar fantasilösa omslag”,<sup>65</sup> men det finns även ett tydligt stråk av oro bland våra kontaktpersoner. Det här stråket märks ännu tydligare om man studerar innehållet i artiklarna som Svensk Bokhandel och Buktugg publicerat om AI under 2023, där en stor del handlar om att författare rent tekniskt skulle kunna ersättas av AI, som till exempel i intervjun med Rottböll.

Den allra senaste debatten handlar om fyra noveller från Novellix som är helt skrivna av AI, under viss mänsklig guidning. Mottagandet av dessa noveller har varit starkt negativt, vilket ledde till att Buktugg myntade begreppet ”ailska” i beskrivandet av situationen.<sup>66</sup> Svenska Dagbladets recensent beskrev novellsamlingen som helt förskräcklig, samt att ”(r)oboten skriver som en flickrumsmupp med hittills okänd bokstavsdiagnos”.<sup>67</sup> Det är tydligt att den främsta kritiken riktas till just det faktum att den är skriven av AI, och liknande åsikter uttrycks i de mejlkonversationer vi har haft med folk inom förlagsbranschen. Vår kontaktperson på Rabén och Sjögren menar att det är ”snudd på en etisk fråga” att låta AI skriva egna verk eftersom det tar bort den konstnärliga processen i att skapa en bok, och vår kontaktperson på Norstedts är starkt tveksam till om AI någonsin kommer kunna skriva som en människa.<sup>68</sup> <sup>69</sup> I intervjun med Anette Ekström nämner hon att en AI kan skriva text, men bara en människa kan skapa konst. Utöver det ser hon inte vad man vinner på att låta AI skriva böcker.<sup>70</sup>

Inom litteratursociologi finns vissa grundantaganden som teorin utgår från. En av dessa kallas för sociopoetik och är en samling antaganden om hur litteraturen förhåller sig till samhället. Svedjedal tar upp speglingsteorin, vilket han beskriver som ”föreställningen att litteraturen på olika sätt speglar samhället”. Centralt för sociopoetiken är även att undersöka

---

<sup>65</sup> Augustin Erba, Piratförlaget. (e-postkonversation 30 mars 2023).

<sup>66</sup> Sölve Dahlgren, ”Abodelning & Ailska (Nyhetsbrev #432)”, *Buktugg*, 12 maj 2023, <https://www.buktugg.se/nyhetsbrev/archive/abodelning-ailska-nyhetsbrev-432/>, [Hämtad 15 maj 2023].

<sup>67</sup> Andreas Hörmark, ”AI-författare döms ut: ”Är helt förskräcklig””, *Svenska Dagbladet*, 11 maj 2023, <https://www.svd.se/a/JQq6B4/novellix-ai-forfattare-doms-ut-forskracklig>, [Hämtad 17 maj 2023].

<sup>68</sup> Kontaktperson A, Rabén och Sjögren. (e-postkonversation, 11 april 2023).

<sup>69</sup> Kontaktperson P, Norstedts. (e-postkonversation 29 mars 2023).

<sup>70</sup> Ekström, telefonintervju.

för vilket syfte samt målgrupp litteraturen skrivs, då det är en nyckelkomponent för att förstå dess utformning.<sup>71</sup> Just nu är AI och det faktum att AI kan skriva texter något av ett fenomen, vilket gör att det inte är helt omöjligt att AI-litteratur skrivs för att folk vill se om det går och hur det blir. Novellix har till exempel gått ut med ett pressmeddelande där de säger att den omtalade novellsamlingen är till för de som är intresserade av AI och dess skrivförmåga, vilket tyder på att detta främst är ett experiment och att den mänskliga författaren inte är på väg att bli ersatt.<sup>72</sup>

Sedan kan man även diskutera ifall det faktiskt är korrekt att säga att AI kan skriva text, när vad som verkligen sker är att maskininlärning använder sig av redan existerande verk att skapa nytt utifrån.<sup>73</sup> AI är alltså helt beroende av mänskligt skriven litteratur för att kunna skapa sin egen, vilket för med sig en hel del andra problem gällande upphovsrätt.

## AI och upphovsrätt

Ett genomgående problem med AI som ofta tas upp i artiklar från Svensk Bokhandel och Buktugg samt i vår intervju med HarperCollins Nordics vd är upphovsrätt. Som tidigare nämnt kan inte AI generera helt egna texter, utan utgår alltid från redan existerande material. Slutresultatet blir då att verket som AI skapat inte har någon upphovsrätt (eftersom bara människor kan äga upphovsrätt), men materialet som verket är skapat utifrån kan ha det. Det samma gäller bilder skapade av AI. På grund av detta råder just nu stor osäkerhet bland förlagen huruvida användandet av AI och specifikt AI-skriven text fungerar rent juridiskt, vilket enligt Ekström är en av de främsta anledningarna till att förlag drar sig för att använda AI.<sup>74</sup> Både Ekström och Rottböll uttrycker även att upphovsrätten behöver ytterligare direktiv för att förtydliga hur den juridiska situationen ser ut kring AI. Ekström nämner att det pratas om nya EU-direktiv, men att den tekniska utvecklingen just nu sker för snabbt för att EU ska hinna med. I och med den här problematiken blir användningen av AI en politisk fråga, och kan potentiellt förändra hur kulturbranschen behöver tänka rent juridiskt.<sup>75</sup>

Ett annat tangerande problem med AI är att det finns en stor osäkerhet kring vilka texter som är tillgängliga för maskininlärning att använda sig av. Sedan i vintras gäller en ny lag som gör att det numera är lagligt att använda upphovsrättsskyddade texter för maskininlärning,

---

<sup>71</sup> Svedjedal 1997, s. 79.

<sup>72</sup> Hörmark, *SvD*, 2023.

<sup>73</sup> Kalle Laxgård, "AI - en stor utmaning för juridiken framöver", Svensk Bokhandel, 13 mars 2023, <https://www.svb.se/nyheter/ai-en-stor-utmaning-juridiken-framover> [Hämtad 16 maj 2023].

<sup>74</sup> Ekström, telefonintervju.

<sup>75</sup> Ekström, telefonintervju.

vilket är vad AI använder sig av för att skriva texter. I en intervju med Svensk Bokhandel pratar Förläggareföreningens vd och jurist Mikaela Zabrodsky om de juridiska frågorna som AI-utvecklingen väcker, och menar att det i nuläget är väldigt oklart vilka texter som AI-verktyg får tillgång till. Enligt den nya lagen kan upphovsrättsskyddade texter som är ”öppet tillgängliga” och maskinläsbara användas för maskininlärning, men det är inte tydligt vad detta betyder eller hur man förhindrar att AI använder ens verk.<sup>76</sup>

Bhaskar diskuterar upphovsrätt en hel del i *Content Machine: Towards a Theory of Publishing From the Printing Press to the Digital Network*, eftersom digitalisering generellt innebär att piratkopiering blir enklare och vanligare. Enligt Bhaskar är dock upphovsrätt, precis som alla andra lagar, ren fiktion. Dessutom är den upphovsrätt som vi har idag inte ens särskilt gammal, utan skapades med Bernkonventionen 1886. Ett av Bhaskars genomgående argument i *Content Machine* är att förlagsbranschens villkor ständigt har förändrats genom historien och att branschen alltid måste förändras och anpassa sig, ett tankesätt som han även applicerar på upphovsrätt. Enligt Bhaskar har upphovsrätt inte uppdaterats och utvecklats tillräckligt för att hänga med i digitaliseringen, och är numera ett ok som hämmar både konsten och den tekniska utvecklingen. Vidare görs argumentet att ingen konst skapas i ett vakuum eller från gudomlig inspiration, utan bygger alltid på tidigare verk.<sup>77</sup>

## Litterärt värde

### Stil- och formvärde

Som tidigare nämnt är litterärt värde ett resultat av värdeskapande handlingar; det är inte en i vissa texter förefintlig egenskap. Med detta sagt betecknar litterärt värde de positiva eller negativa effekterna som någon erfar innan, under eller efter det att hen har tagit del av ett litterärt verk. Den litterära värdeförhandlingen börjar redan när en författare bestämmer sig för att ett manuskript är så pass bra att det skickas in till ett förlag för redaktionella processer.<sup>78</sup>

Det kan bli svårt att förhandla om litterärt värde i bemärkelsen av AI-genererad text, då det inte i nuläget finns många texter och/eller romaner som är skrivna fullständigt av AI samt att det inte är en författare i den klassiska bemärkelsen som har skrivit texten. Dock kan man analysera branschens tankar och åsikter om framtida verk genererade av eller med hjälp av verktyget. Stil- och formvärdet behandlar som tidigare nämnt aspekter såsom formfulländning,

---

<sup>76</sup> Kalle Laxgård, ”AI - en stor utmaning för juridiken framöver”, 2023.

<sup>77</sup> Bhaskar 2013, s. 113 ff. .

<sup>78</sup> Forslid, m.fl., 2015, s. 11.

konstnärlig originalitet, kreativitet, njutbarhet, genreförväntningar samt materiella aspekter såsom formgivning av omslag, format eller typsnitt.<sup>79</sup> Vi kommer därför endast beröra detta i det här avsnittet och inte fokusera på AI-verktyget när det gäller exempelvis beräkning av upplagor.

Augustin Erba uttrycker i sin intervju att han tycker att texter genererade av ett AI-verktyg är ”tråkiga” och att han inte litar på AI:ns kompetens att förbättra en text som en människa redan skrivit.<sup>80</sup> Detsamma gäller för vår kontaktperson på Norstedts som anser att en AI, och likaså Google-översätt, inte är särskilt ”litterärt eller poetiskt orienterat”.<sup>81</sup> Här sker alltså en slags värdeförhandling när det gäller stil-och form; de bedömer inte AI:ns produkt som något med ett högt stil-och formvärde.

Anette Ekström nämner även i hennes intervju att hon och HarperCollins Nordic har tagit ståndpunkten att inte låta AI skriva egna litterära texter till fullo. Hon menar att den mänskliga faktorn är väsentlig när det kommer till att skapa historier; AI är ett arbetsverktyg, inte en konstnär. ”Om vi låter en AI skriva en bok har vi tappat hela vår själ”, säger Ekström.<sup>82</sup> Här skapas alltså också en värdeförhandling som uttrycker att AI:n inte kan skapa ett tillräckligt högt stil- och formvärde rent textuellt. Hon menar emellertid att verktyget kan användas som hjälpmedel för att exempelvis skapa baksidestexter, skriva nya versioner av en redan befintlig text för att få fram nya synvinklar eller formulera en boks innehåll på ett sätt man inte tidigare tänkt på. Utifrån det här kan man säga att hon värderar hjälpmedlet högt i termer av stil- och form; en dator som potentiellt kan framställa nya perspektiv eller generera nya synvinklar och förslag på en redan befintlig text kan hjälpa förlagen producera texter som senare kan värderas med högt stil- och formvärde.

Vår andra kontaktperson på Norstedts skriver att förlaget har funderat på att dra nytta av ett AI-verktyg i framtiden men att de på förlaget inte anser att verktyget är tillräckligt utvecklat ännu för att tillverka litterära texter med hög kvalitet.<sup>83</sup> Detta är en åsikt som framkommit hos många av de vi har haft kontakt med i branschen (både på stora, medelstora och små förlag). Detsamma gäller för en av våra kontaktpersoner på Historiska Media som menar att en AI aldrig kommer att ersätta den mänskliga insikten och kreativiteten som krävs för att skapa högkvalitativt innehåll.<sup>84</sup> Mot denna bakgrund kan man dra slutsatsen att dessa

---

<sup>79</sup> Forslid, m.fl., 2015, s. 75.

<sup>80</sup> Erba, videointervju.

<sup>81</sup> Kontaktperson B, Norstedts förlag (e-postkonversation, 5 april 2023)

<sup>82</sup> Ekström, telefonintervju.

<sup>83</sup> Kontaktperson T, Norstedts förlag (e-postkonversation, 18 april 2023).

<sup>84</sup> Kontaktperson C, Historiska Media (e-postkonversation, 3 april 2023).

två kontaktpersoner inte anser att en potentiell AI-genererad text besitter ett högt stil- och formvärde.

Som tidigare nämnt kan stil- och formvärdet även belysa den litterära värdering som appliceras på materiella aspekter såsom omslag, typsnitt eller bokformat. Gerard Genette skriver i sin bok *Paratexts. Thresholds of Interpretation* om paratexter. Han menar att dessa paratexter är textuella element som ligger i direkt anslutning till det litterära verket. Han hävdar att dessa är ”trösklar” som en läsare passerar innan dess att hen kommer till själva texten. Detta kan exempelvis vara, menar Genette, ett omslag, en baksidestext, förord, intervjuer, bilder eller marknadsföringsmaterial.<sup>85</sup> Författarna i *Höstens böcker* berättar vidare att dessa paratexter är väsentliga för läsare, recensenter och kritiker när litterärt värde skapas. Ett exempel på detta kan vara det stil- och formvärde som skapas när en läsare bemöter ett omslag för första gången i exempelvis en bokaffär. Dessutom är en analys av paratexterna ett sätt att avläsa vilka värden ett förlag knyter till en viss titel.<sup>86</sup>

Erba anser, utöver texterna, att bilder generade av ett AI-verktyg är tråkiga och att förlaget inte använder sig av AI-genererade bilder till omslag.<sup>87</sup> Precis som värderingen av AI-genererade texter besitter AI-bilder också en litterär värdering, om man granskar vårt material. I våra mejlsvår uttrycks åsikter om att AI-genererade bilder inte når upp till den kvalitet som traditionellt skapade bilder eller illustrationer har. Här överensstämmer mejlsvaren med Erbas värdering av AI-genererade bilder. En av våra kontaktpersoner på Norstedts förlag svarar att hen, som har insikt i bildredaktörens arbete, inte använder sig av AI i sitt arbete idag och att det finns för lite kunskap om AI för tillfället för att kunna tänka sig använda detta i en snar framtid. Hen pekar dessutom på att AI kommer kunna fungera som ett hjälpmedel i framtiden men att verktyget inte kommer att ersätta illustratörerna eller bildredaktörerna.<sup>88</sup> Mot denna bakgrund kan man dra slutsatsen att AI-genererade bilder inte har ett tillräckligt högt stil- och formvärde för att förlaget ska dra nytta av en fullkomligt AI-genererad bild.

Vår kontaktperson på Rabén och Sjögren nämner att AI kan skapa väldigt specifika omslagsbilder men att förlaget helst inte vill arbeta på det sättet, främst då det konstnärliga arbetet försvinner och att detta kan komma att påverka vissa yrkesgrupper.<sup>89</sup> Här läggs fokus på både stil- och formvärde samt ekonomiskt värde som nämns mer djupgående i nästa avsnitt.

---

<sup>85</sup> Genette, Gerard, *Paratexts. Thresholds of Interpretation*, övers. Jane E. Lewin, Cambridge: Cambridge University Press, 1997, s. 1.

<sup>86</sup> Forslid, m.fl., 2015, s. 48.

<sup>87</sup> Erba, videointervju.

<sup>88</sup> Kontaktperson T, Norstedts förlag (e-post.).

<sup>89</sup> Kontaktperson A, Rabén och Sjögren, (e-postkonversation, 11 april 2023).

Att AI:n kan tillverka omslagsbilder som eftersträvar ett visst önskemål mer precist kan bidra till ett högre stil- och formvärde. Dock menar hen att det kan påverka vissa yrkesgrupper inom förlaget. Detta kan förändra de ekonomiska förutsättningarna för en titel, dess produktionskostnad samt de som arbetat med materialet. Här kan man argumentera för att verket, med en billigare produktionskostnad, skulle kunna ha ett högre ekonomiskt värde. Kontaktpersonen skriver ytterligare att hen ställer sig tveksam till att låta en AI tillverkar egna bilder då den konstnärliga processen avlägsnas i processen.<sup>90</sup> Här kan man dra slutsatsen att AI-genererade bilder dels kan erhålla ett högt stil- och formvärde, dels ett lågt sådant.

## Ekonomiskt värde

Ambitiösa försök att bryta ned det ekonomiska värdet av litteraturen i olika värdekategorier har gjorts, men det är svårt, menar författarna i *Höstens böcker*. Man har dock diskuterat det ekonomiska värdet i termer av bland annat förlagets vinstmarginaler, marknadsföring, författarroyalty och reklam. Även en boks materiella utformning, bland annat hur den produceras och hur den är utgiven, kan ha en ekonomisk värdedimension.<sup>91</sup>

I artikeln "Tecknare oroar sig för AI" i Svensk Bokhandel från april 2023 konstateras det att många visuella kreatörer enligt en enkät tror att AI kommer att försämra upphovsrätten och påverka möjligheterna att ta betalt. Detta sammanfaller med kontaktpersonen från Rabén och Sjögrens åsikter om den potentiella användningen av AI.<sup>92</sup> Svenska Tecknare, en fackförening för illustratörer och grafiska formgivare, lät 370 yrkesutövare svara på en enkät som senare låg till grund för artikeln. Enkätsvaren skulle senare belysa yrkesutövares oro för AI inom branschen där mer än hälften av svaren pekade mot att AI-utvecklingen skulle förändra hela situationen för kreativt skapande. 60% av de som svarade på enkäten tror att AI kommer att påverka deras möjligheter att få betalt.<sup>93</sup> Som nämnt i tidigare avsnitt kan man här argumentera för att ett verk som har använt sig av AI kan bidra till ett högt ekonomiskt värde då produktionskostnaderna blir lägre.

Vår kontaktperson på Volante förlag nämner det ekonomiska värdet i ett av hens svar via mejl. Hen skriver där att det finns fler värden "bortom de krasst ekonomiska att väga in" när man talar om huruvida AI-verktyget skulle kunna ersätta mänskliga kollegor.<sup>94</sup> Detta visar

---

<sup>90</sup> Kontaktperson A, Rabén och Sjögren, (e-post.).

<sup>91</sup> Forslid, m.fl., 2015, s. 78 f.

<sup>92</sup> Kontaktperson A, Rabén och Sjögren, (e-post.).

<sup>93</sup> TT/Litteratur, "Tecknare oroar sig för AI", *Svensk Bokhandel*, 5 april 2023, <https://www.svb.se/nyheter/tecknare-oroar-sig-ai>, [Hämtad: 10 maj 2023].

<sup>94</sup> Kontaktperson J, Volante förlag, (e-postkonversation, 31 mars 2023).

på att hen eller förlaget har gjort en värdering av det potentiella användandet av AI i bokbranschen och troligen att hen anser att verktyget skulle kunna gynna dem ekonomiskt. Som kontaktpersonen skriver finns det dock fler värden att väga in i argumentationen för användandet av hjälpmedlet och det ekonomiska värdet behöver inte nödvändigtvis utesluta de andra litterära värdena.

På frågan hur ett AI-verktyg skulle kunna påverka förlagsarbetet svarar vår kontaktperson på Hoi förlag att arbetsprocessen dels blir kortare, dels billigare om de drar nytta av AI. Hen menar dock att detta inte nödvändigtvis behöver innebära att resultatet blir bättre och att man måste inkludera detta i beräkningen.<sup>95</sup> Här skapas en värdeförhandling där ekonomiskt värde ställer sig mot andra värdekategorier. Kristoffer Lind, förlagschef på Lind & Co, säger i artikeln ”Så jobbar förlagen med AI idag” i Svensk Bokhandel från februari 2023 att den ekonomiska aspekten är en av de vinster förlagen gynnas av vid det potentiella användandet av AI. Han menar däribland att kostnaden för en översättning med AI minskar priset med 30% än om de betalar en översättare. Dock är priset fortfarande högt och det krävs mycket handpåläggning, menar han. Med detta sagt sammanfaller kontaktpersonernas åsikter från Hoi och Volante förlag med Kristoffer Linds tankar om ekonomiskt värde; AI-verktyget höjer det ekonomiska värdet, men inte så pass drastiskt att detta utesluter andra värden som tål att uppmärksammas.

En av våra kontaktpersoner från Norstedts förlag nämner i mejlintervjun att förlaget använder sig av ett AI-verktyg för att beräkna upplagor. Hen nämner att det är en tjänst som säljavdelningen använder sig av för att inte trycka för många eller för få upplagor under upptryckningen.<sup>96</sup> Att minska felmarginalen för trycket av upplagor är inte bara miljövänligt utan även ekonomiskt. Med detta sagt sker även här en litterär värdering; att räkna upplagor med hjälp av en AI kan innebära ett högt ekonomiskt värde. Miljövänlighet är inte enligt forskarna i *Höstens böcker* en säregen värdekategori, men i dagens samhälle har det ett värde i sig.

I *Höstens böcker* avråder författarna dock för att endast betrakta ekonomiskt värde ur ett producentperspektiv och menar att man även måste observera den ekonomiska dimension som är förbunden med konsumentledet. De belyser att den som är intresserad av frågan om en kulturell artefakts ekonomiska värde måste ta hänsyn till båda dessa parallella ekonomier.<sup>97</sup> AI har idag hamnat i blåsväder och många artiklar har skrivits om verktygets intåg i olika

---

<sup>95</sup> Kontaktperson R, Hoi förlag, (e-postkonversation, 3 april 2023).

<sup>96</sup> Kontaktperson B, Norstedts förlag, (e-post.).

<sup>97</sup> Forslid, m.fl., 2015, s. 79.

branscher där bland annat kritiker och förespråkare väger in positiva och negativa aspekter av hjälpmedlet. När värdet av exempelvis ett verk förhandlas sker det på många olika arenor. Värderingen kan vara kort och intensiv, exempelvis genom att skapa en debatt i många medier samtidigt, eller vara utsträckt under en längre tid. För att uppnå höga försäljningssiffror krävs det att en bok i princip får stor uppmärksamhet under en längre tid samt att boken skapar en debatt i det offentliga rummet.<sup>98</sup>

Som tidigare nämnt har AI varit ett uppmärksammat ämne under många år men hype:n har ökat det senaste året. Detta bekräftar bland annat Erba under sin intervju med oss där han menar att AI i dagsläget besitter en hype som efterliknar den uppmärksamhet som de självkörande bilarna hade i slutet av 2010-talet.<sup>99</sup> Ordet ”hype” används för att beskriva bland annat trender, böcker, mode, filmer eller fenomen som erhåller stor uppmärksamhet. I bokbranschen syftar begreppet ”hype” på bästsäljande böcker som säljs i många exemplar, som läses av en stor läsarskara samt talas mycket om. Robert Escarpit myntade en distinktion mellan de olika sätten en bok kan nå höga försäljningssiffror; fast-sellers säljer i höga kvantiteter men under ett kort tidsintervall; steady-sellers säljer i mindre kvantiteter men under en längre tid och hamnar aldrig på någon bästsäljarlista; en bästsäljare sammanflätar dessa begrepp och börjar som en fast-seller men avslutar som en steady-seller.<sup>100</sup> Enligt *Höstens böcker* bör alltså en bok som ska uppnå höga försäljningssiffror antingen vara, med Escarpits definition, en steady-seller eller en bästsäljare.

Mot bakgrunden att AI idag är ett så pass aktuellt och omtalat ämne skulle en bok skriven av, eller med hjälp av, ett AI-verktyg kunna väcka stor uppmärksamhet i det offentliga rummet. En bok som väcker stor uppmärksamhet hade kunnat bidra till högre försäljningssiffror. Ur ett konsumentperspektiv skulle alltså en AI-genererad bok kunna motta ett högt ekonomiskt värde. Emellertid kan en AI-genererad bok få en motsatt effekt och tvärtom bidra till låga försäljningssiffror, då många har förutfattade meningar till AI-genererade produkter. Med detta sagt är det oförutsägbart huruvida en AI-genererad text ökar eller minskar försäljningssiffrorna.

---

<sup>98</sup> Forslid, m.fl., 2015, s. 186.

<sup>99</sup> Erba, videointervju.

<sup>100</sup> Jon Helgason, Sara Kärrholm, Ann Steiner, *Hype. Bestsellers and Literary Culture*, Lund, 2014, s. 7 ff.

## Emotionellt värde

Det emotionella värdet talar om hur litteraturen lyckas förmedla och väcka känslor hos läsaren, allt från ilska och vemod till lycka och upprymdhet.<sup>101</sup> Som tidigare nämnt skriver en av våra kontaktpersoner från Volante förlag att en författare av kött, blod och känslor behöver en redaktör av kött, blod och känslor. Vidare skriver hen att det finns så pass mycket komplex materia att hantera i den redaktionella bokproduktionen att det mänskliga omdömet måste vara starkt i det redaktionella arbetet.<sup>102</sup> Faktumet att hen nämner att författarna och redaktörerna behöver *känslor* för att producera ett verk kan tyda på att hen värdesätter detta i den litteratur som förlaget vill publicera; en författare och en redaktör med känslor kan producera litteratur med känslor. Om så är fallet kan man dra slutsatsen att kontaktpersonen från Volante värdesätter det emotionella värdet högt i diskussionen kring AI och att detta påverkar deras beslut att ersätta en anställd med ett AI-verktyg.

Andreas Hörmark skriver i Svenska Dagbladets artikel "AI-författare döms ut: "Är helt förskräcklig" att Novellix har publicerat fyra noveller som är helt genererade av AI. Kritikern och författaren Fredrik Sjöberg som intervjuas i artikeln uttrycker missnöje för den litterära texten i novellerna; han menar att texten är "fullkomligt förskräcklig".<sup>103</sup> Sjöberg säger att det "helt väntat" saknas metaforer i novellerna. Med andra ord hade Sjöberg förutfattade meningar innan dess att han läste novellerna och dessa fördomar genomlyser starkt hans kritik genom artikeln. Enligt Boktuggs nyhetsbrev från 12 maj 2023 har det nya hittepåordet "Ailska" myntats i samband med AI:s utveckling i förlagsbranschen. Nyhetsbrevet hänvisar här bland annat till de fyra novellerna från Novellix och den ilska som följaktligen uppstått bland kritiker.<sup>104</sup> Artikeln och nyhetsbrevet pekar här mot starka känslor kopplade till AI-genererad text. Med detta sagt kan man bland annat argumentera för att *kontexten* av det litterära verket påverkar känslorna som väcks när någon läser litteratur. Detta kan kopplas till Svedjedals förklaring av litteratursociologi där han menar att kopplingen mellan text och kontext är vanlig att undersöka.<sup>105</sup> En läsare med förutfattade meningar om AI kan läsa ett AI-producerat verk med andra ögon och utvinna starka känslor.

En kan här argumentera för att AI-genererad text skapar ett starkt emotionellt värde. Å ena sidan kan en AI skapa en text som tillför starka känslor, då diskussionen om AI tämligen är polariserad. Å andra sidan omfattar emotionellt värde det potential en litterär text har att

---

<sup>101</sup> Forslid, m.fl., 2015, s. 76.

<sup>102</sup> Kontaktperson J, Volante förlag, (e-post.).

<sup>103</sup> Hörmark, *SvD*, 2023.

<sup>104</sup> Dahlgren, "Abodelning & Ailska (Nyhetsbrev #432)", 2023.

<sup>105</sup> Svedjedal, "Det litteratursociologiska perspektivet", s. 69.

skapa känslor på en narrativ nivå, exempelvis den sorg man kan känna när en karaktär dör eller den lycka man kan känna när en feelgood-roman har ett lyckligt slut. Detta berör alltså två olika nivåer men om en läsare har förutfattade meningar om en AI-genererad text och senare läser ett sådant litterärt verk, kan den litterära texten i sig utvinna ett starkt emotionellt värde.

Vår kontaktperson på förlaget Opal skriver att inläsning av ett litterärt verk kan effektiviseras av en AI.<sup>106</sup> AI-genererade röster som läser upp litterära verk i ljudboksformat kan påverka lyssnarens möte med texten då rösten i första hand inte låter som en människa. En del lyssnare föredrar en uppläsare med mer inlevelse samtidigt som andra föredrar en mer linjär inläsning.<sup>107</sup> En AI-genererad inläsning kan därför väcka känslor på både gott och ont. Sammanfattningsvis kan alltså AI skapa ett starkt emotionellt värde, oavsett om det är på en narrativ nivå eller inte samt om det är goda eller mindre goda känslor.

## Kunskapsvärde

Som nämnt tidigare handlar kunskapsvärdet om den kunskap som litteraturen anses rymma. Ett verk kan exempelvis ge en inblick i historiska skeenden eller skildra vissa kulturella erfarenheter.<sup>108</sup> Frågan här är således huruvida en AI-genererad text eller ett verk som har haft användning av ett AI-verktyg kan skapa ett högt kunskapsvärde och huruvida den här litterära värdeförhandlingen sker när förlagsmedarbetare talar om AI som ett potentiellt hjälpmedel.

Erba trycker på att AI:n egentligen bara är ett mönsterigenkänningsprogram och endast kan skapa texter utifrån redan befintliga verk. Han säger att man inte kan ”driva den (AI:n) på ett eget sätt; den kan bara kopiera det som redan finns”.<sup>109</sup> Å ena sidan kan alltså inte en AI rent textuellt producera ny kunskap som inte redan har skildrats. Å andra sidan kan ett AI-verktyg bearbeta eller skriva om redan befintliga texter eller hjälpa exempelvis en författare eller en redaktör att omformulera meningar eller fraser. På så sätt kan AI i längden vara ett hjälpmedel för att producera ny kunskap. Ur ett läromedelsperspektiv kan verktyget omformulera meningar eller byta ut ord för att elever och studenter ska förstå sig på en text lättare, vilket i längden bidrar till ett högt kunskapsvärde.

Vår kontaktperson på Rabén och Sjögren poängterar att AI-verktyg kan skapa väldigt precisa bilder.<sup>110</sup> Detta kan generera önskvärda, detaljerade illustrationer som i längden kan

---

<sup>106</sup> Kontaktperson K, Opal förlag, (e-postkonversation, 31 mars 2023).

<sup>107</sup> Kristina Löner & Kalle Laxgård, ”Så jobbar förlagen med AI idag”, *Svensk Bokhandel*, 23 februari 2023, <https://www.svb.se/sa-jobbar-forlagen-med-ai-i-dag>, [Hämtad 6 april 2023].

<sup>108</sup> Forslid, m. fl., 2015, s. 75.

<sup>109</sup> Erba, videointervju.

<sup>110</sup> Kontaktperson A, Rabén & Sjögren, (e-post.).

tillföra ett högt kunskapsvärde. Detta kan gälla skönlitteraturens omslagsbilder liksom läromedlets illustrationer.

Erba nämnde även i intervjun att författare idag använder sig av internet, sökmotorer och mönsterigenkänningsprogram som drivs av AI för att forska och undersöka om nya platser eller information som senare ska skildras i deras romaner. Digitaliseringen möjliggör en resa till en ny plats utan att behöva resa sig från sin skärm. Dessutom tillåter internet och dess sökmotorer en författare att undersöka och granska exempelvis lagar och regler, kända platser, historiska fenomen, kulturella erfarenheter och hälsningsfraser på olika språk. Erba säger att AI har underlättat för författare och förlag att presentera kunskap och information i skönlitterära texter. Mot denna bakgrund kan man dra slutsatsen att det är möjligt för AI att bidra till ett högt kunskapsvärde. Dessutom underlättar AI:n för faktagranskare som senare måste dubbelkolla att informationen är korrekt och bottnar i trovärdiga källor, dels när det gäller att söka upp information på internet, dels i digitala faktaböcker och dels via sökmotorerna på bibliotek. Erba påpekar dock att ett virtuellt besök på en plats via exempelvis Google Earth inte alltid håller måttet för en autentisk skildring av en plats; andra intryck eller förnimmelser såsom lukter, smaker, temperaturer eller ljudet av musik försvinner. På detta vis kan AI bidra till ett lägre kunskapsvärde om författaren väljer att endast använda sig av internet och sökmotorer för att göra sin research. Dock kan det argumenteras för att en författares research inte inkluderas i förlagsarbetet.

## Socialt värde

Socialt värde talar om hur ett litterärt verk kan skapa en känsla av tillhörighet och gemenskap med andra hos läsaren. Som nämnt tidigare påstår en av våra kontaktpersoner från Volante förlag att en författare av kött, blod och känslor behöver en redaktör av kött, blod och känslor för att utvinna kvalitativ litteratur som senare människor ska ta del av.<sup>111</sup> I Svensk Bokhandels intervju med Grethe Rottböll menar hon att litteratur är en form av kommunikation människa till människa.<sup>112</sup> Socialt värde skapas ”i samband med andra” skriver författarna i *Höstens böcker*.<sup>113</sup> Med detta sagt kan man å ena sidan dra slutsatsen att socialt värde skapas mellan människor och att det därför kan bli svårt att utvinna socialt värde mellan en maskin och en människa. Å andra sidan försöker artificiell intelligens efterlikna mänskliga egenskaper. Hur

---

<sup>111</sup> Kontaktperson J, Volante förlag, (e-post.).

<sup>112</sup> Kalle Laxgård, ”Vi är tagna på sängen”, *Svensk Bokhandel*, 18 april 2023, <https://www.svb.se/nyheter/vi-arter-tagna-pa-sangen>, [Hämtad 10 maj 2023].

<sup>113</sup> Forslid, m.fl., 2015, s. 77.

pass bra en maskin lyckas efterlikna detta och skapa ett högt socialt värde genom en text är dock svårt att veta. Om man läser igenom vårt material kan man se att socialt värde inte omnämns i stor utsträckning. Detta kan tyda på att de flesta av våra kontaktpersoner främst anser att ekonomiskt värde och stil- och formvärdet är mest centralt i diskussionen om AI.

En annan aspekt av det sociala värdet är autenticitetsvärdet. Författarna i *Höstens böcker* pekar på hur svårt det är att isolera olika värden från varandra och tar hjälp av ekonomen David Throsby vars ingång till värdeproblematiken är kultur och konst i vid bemärkelse.<sup>114</sup> Throsby talar bland annat om autenticitetsvärde i *Economics and culture*. Detta är inte en säregen värdekategori som presenteras i *Höstens böcker* utan nämns snarare för att förstå hur komplex värdeteorin är. Throsby talar bland annat om, med hjälp av autenticitetsvärdet, det faktum att människor tenderar att fästa stor uppmärksamhet vid huruvida ett konstföremål är ett original eller en kopia; man värderar helt enkelt Leonardo da Vincis originalmålning *Mona Lisa* på ett annat sätt än exempelvis reproduktioner i affischformat. På motsvarande sätt kan autenticitet vara ett väsentligt värdekriterium när det gäller litteratur. Att bokmässor och bokfestivaler är så pass populära bland dagens läsare vittnar om att många ser ett stort värde i att få möta de verkliga författarna fysiskt. Autenticitetsvärdet är här intimt förknippat med det sociala värdet. Att få en bok signerad på exempelvis en bokmässa är i det här avseendet en tydlig autenticitetsmarkör som skänker texten ett stil- och formmässigt mervärde genom att förbinda den med sin upphovsperson.<sup>115</sup> Det sociala värdet, tillsammans med autenticitetsvärdet, kan därför sjunka om det inte finns någon upphovsman. AI-producerade texter genererar problematik för upphovsmän och om ett verk inte har en upphovsman går man miste om den sociala interaktionen mellan författare och läsare.

## Avslutande diskussion

Syftet med uppsatsen var att göra en litteratursociologisk undersökning av hur anställda på tolv svenska skönlitterära förlag tänker kring användandet av AI i förlagsbranschen och med hjälp av vårt material har vi försökt att besvara våra frågeställningar. Först och främst försökte vi svara på frågan hur förlagsmedarbetare ställer sig till den potentiella användningen av AI i förlagsarbetet. I våra mejlkonversationer och intervjuer med förlagsanställda har en mängd olika åsikter framkommit. Detta är att förvänta sig då AI är ett relativt nytt fenomen och inte ännu har en standardiserad användning inom svensk förlagsbransch. Vi har dock kunnat se att

---

<sup>114</sup> Forslid, m.fl., 2015, s. 73.

<sup>115</sup> Forslid, m.fl., 2015, s. 80.

det finns två tydliga stråk i hur personer som jobbar på bokförlag och i branschen tänker kring AI; de som ser AI enbart som ett hjälpmedel och därför är positivt inställda, versus de som ser det som ett hot mot den mänskliga konstnärliga förmågan. Det vi har kunnat se är att personerna i den första kategorin (till exempel Erba, Ekström och våra kontaktpersoner från Volante förlag, Bokfabriken och Kontaktperson B från Norstedts) är generellt mer insatta i hur AI faktiskt kan användas rent konkret. På grund av detta ser de inte den nya tekniken som ett hot mot branschen, utan enbart som ett verktyg.

Våra kontaktpersoner som tillhör den andra kategorin uttrycker ofta en oro att AI kommer kunna ersätta både frilansare och författare, och på så sätt ta över delar av den mänskliga konstnärliga processen. Detta är dock personer som ofta även uppger att de inte är så insatta i AI och hur det kan användas (exempelvis vår Kontaktperson A från Rabén och Sjögren, Kontaktperson I från Historiska Media och Kontaktperson M från Norstedts), samt uppger känslor till varför de ogillar AI. I rapporteringen som sker kring AI har vi dessutom observerat samma sak, där en stor del av de artiklar som publicerats av Svensk Bokhandel och Buktugg under 2023 handlar om hur AI kan skriva text och ifall detta är ett hot mot den mänskliga författaren. Om man tittar på hur situationen inom den brittiska förlagsbranschen, där utvecklingen med AI ligger några år före Sverige, ser man att utvecklingen inte har hotat författarnas roll utan att det nästan uteslutet används som ett hjälpmedel för korrektur, faktagranskning och klassificering.<sup>116</sup> Det är en grundspaning att information motverkar rädsla, men det verkar stämma gällande förlagsbranschens inställning till AI.

Det märks även att personer inom förlagsbranschen gör en viss distinktion mellan litteratur och text, och att rädslan för AI varierar beroende på vilket område den appliceras. Det tydligaste exemplet av detta fick vi i vår mejlkonversation med Kontaktperson H från förlag X, som menade att det var mer acceptabelt att låta AI skriva reklamtexter. Detta då det inte kräver samma kreativa förmåga som skönlitterär text.

Vår andra frågeställning berör vilka hinder det finns för att använda AI inom förlagsbranschen och som tidigare nämnts finns det dock flera anledningar till att många förlag är försiktigt inställda till användningen av AI, där många av mejlkonversationerna vi hade nämnde att verktygen ännu inte är tillräckligt bra på svenska samt att det råder oenighet inom förlagen hur och varför det ska användas. En av de främsta anledningarna som nämndes är de upphovsrättsliga problemen som AI för med sig, eftersom de baserar sina texter på redan

---

<sup>116</sup> Frontier Economics, 2023.

existerande verk. Detta är det enda hindret som inte samspelar (särskilt mycket) med synen på litterärt värde, och tar upp diskussionen om att de lagar om upphovsrätt som används idag snabbt kan bli irrelevanta och kanske rentav har spelat ut sin roll. Det råder i alla fall inga tvivel om att om den tekniska utvecklingen fortsätter i samma fart kommer juridiken och de politiska riktlinjerna ha svårt att hänga med, vilket kan leda till problem i framtiden. Det väcker också frågan ifall konst måste vara skapat i ett vakuum för att inte klassas som plagiat, och om sådana verk någonsin har existerat.

Vilka hinder finns för att använda AI inom förlagsbranschen? Mycket av det som hämmar utvecklingen av AI inom förlagsbranschen idag är de åsikter som många förlagsmedarbetare hyser kring verktyget. Dessa åsikter bottenar dels i bristen på kunskap om AI, dels på bristen av dokumentation av resultat direkt kopplat till användningen av AI och dels de åsikter som kan påverkas av litterärt värde. Bristen på kunskap sammanfaller med faktumet att inte många studier eller undersökningar har gjorts om ämnet samt att AI är så pass outforskat att förlagen ännu inte kan se ett direkt kopplat resultat till verktyget. Detta bidrar till en osäkerhet, främst när det kommer till potentiella försäljningssiffror på ett litterärt verk. Dessutom pekar undersökningen på att det svenska språket är ett så pass litet språk att det kan ta några år innan dess att Sverige använder sig av verktyget i samma utsträckning som engelsktalande länder. Emellertid är det påtagligt att det inte finns resultat i en större utsträckning från engelsktalande länder trots det att AI har varit i framkant där i snart tre år.

Hur påverkas då förlagsmedarbetarnas åsikter om AI av föreställningar om litterärt värde? Vårt material visar att kontaktpersonerna som dels svarat på våra mejlfrågor och dels deltagit i våra intervjuer mer eller mindre grundar sina argument i diskussionen om AI efter litterära värden. Här kan man bland annat se att de som ser AI som ett *verktyg* ofta ställer sig mer positiva till AI då detta inte nödvändigtvis behöver påverka verkets stil- och formvärde. De som dock har uttryckt en rädsla för att AI kan skriva egna texter har hänvisat till datorns inkompetens att efterlikna mänskliga egenskaper såsom kreativitet, originalitet, formfulländning eller resonering. Detta visar på en oro att det litterära värdet, då specifikt stil- och formvärdet, sjunker med AI som skapare. Detta blir bland annat märkbart i våra mejlsvår, våra intervjuer samt artiklar publicerade av Svensk Bokhandel, Boktugg och Svenska Dagbladet.

Utöver sambandet mellan diskussionen om AI och litterärt värde i bemärkelsen av stil- och form refererar våra kontaktpersoner även till den ekonomiska aspekten. Många pekar här på att AI:n kan ersätta många små arbetsuppgifter som förlaget annars hade behövt betala en person för att göra. I den här bemärkelsen pekar användandet av ett AI-verktyg på ett högt

ekonomiskt värde. Emellertid är det svårt att förutse huruvida försäljningssiffrorna förändras i samband med användandet av AI-verktyget då diskussionen kring AI idag både är hypad och aktuell samt att åsikterna går isär mellan förespråkare och kritiker. Å ena sidan är det svårt att förutse hur försäljningssiffrorna kommer att se ut efter ett boksläpp men å andra sidan är det, enligt Bhaskar, en del av jobbet som förläggare eller förlagschef att fatta beslut utan att fullt veta vad konsekvenserna kommer att bli.

De förlagsmedarbetare vi fick kontakt med under undersökningens gång lade inte särskilt stor vikt på kunskapsvärdet i samband med diskussionen om AI. Det som dock kom upp på ytan var användandet av AI i anknytning till research hos författare, redaktörer samt faktagranskare som med hjälp av verktyget snabbare och mer effektivare kan undersöka nya platser och kulturer, översätta ord eller granska fakta i en text. Detta i sin tur kan bidra till ett högre kunskapsvärde i den slutliga texten. Däremot kan ett AI-verktyg inte producera helt nytt material från ingenstans utan använder sig av redan tidigare befintliga texter. Med detta sagt producerar en AI inte någon ny kunskap, som i längden kan bidra till ett lägre kunskapsvärde. Detta beror dock på huruvida förlagen använder sig av en AI som ett verktyg eller som en skapare av text.

Det sociala värdet har en stark anknytning till autencitetsvärdet som presenteras av David Throsby som belyser det väsentliga i att ha en upphovsman. Vårt material pekar dock på en oro för de juridiska komplikationerna med upphovsrätten och kastar inte ett större sken på bristen av ett socialt värde i texter som har antingen skrivits av en AI eller tagit hjälp av en AI.

Slutligen har vi observerat många känslargument gentemot användningen av AI-verktyg inom förlagsbranschen. Detta kan tyda på att man som läsare tar sig an en AI-genererad text med andra ögon om man redan har förutfattade meningar om verktyget. Detta kan i längden påverka de känslor en läsare får efter det att hen har läst en text. Det emotionella värdet kan sjunka eller höjas som följd av att ett verk har skrivits av eller tagit hjälp av AI. Emellertid är inte detta något som våra kontaktpersoner lägger stor vikt vid i diskussionen om AI:s intåg i förlagsbranschen.

Undersökningen har gjort ett försök att granska diskussionen om den framtida användningen av AI i svensk förlagsbransch. En större undersökning bör dock göras som vidare analyserar ämnet mer på djupet för att få en bredare bild av hur AI kan komma att påverka branschen. Exempelvis kan man analysera ett större material med fler förlag i Sverige eller sträcka sig utanför skönlitteratur och undersöka läromedel, facklitteratur eller akademisk utgivning. Ytterligare kan det vara av stor vikt att inte endast intervjua förlagschefer utan även

hålla längre intervjuer med anställda som besitter andra positioner på ett förlag. Dessutom är det intressant att bedriva en komparativ analys av å ena sidan diskussionen kring en *potentiell användning* av ett AI-verktyg och å andra sidan *resultatet* av användningen av ett AI-verktyg. Detta främst då AI fortfarande är ett hypat, aktuellt och relativt outforskat ämne samt att resultatet av AI i förlagsbranschen inte har dokumenterats i större utsträckning ännu. Detta skulle dock kräva att undersökningen sträcker sig under ett längre tidsspann. Men med tanke på AI:s ständiga utveckling behöver inte detta ses som ett hinder för den vidare forskningen.

# Litteraturförteckning

## Tryckta källor

Andreas Hörmark, "AI-författare döms ut: "Är helt förskräcklig"", *Svenska Dagbladet*, 11 maj 2023, <https://www.svd.se/a/JQq6B4/novellix-ai-forfattare-doms-ut-forskracklig>, [Hämtad den 17 maj 2023].

Ann Steiner, *Litteraturen i mediasamhället*, Lund, 2009:2015.

Carina, Jönsson, "Håll i, håll ut", *Svensk Bokhandel* 23/02 2023, <https://www.svb.se/hall-i-hall-ut> [Hämtad den 2023-05-15].

Gérard Genette, *Paratexts. Thresholds of Interpretation*, övers. Jane E. Lewin, Cambridge: Cambridge University Press, 1997.

Jon Helgason, Sara Kärrholm, Ann Steiner, *Hype. Bestsellers and Literary Culture*, Lund, 2014.

Kevin Roose, "The Brilliance and Weirdness of ChatGPT", *The New York Times*, 5 december 2022, <https://www.nytimes.com/2022/12/05/technology/chatgpt-ai-twitter.html>, [Hämtad den 3 april 2023].

Kalle Laxgård, "AI - en stor utmaning för juridiken framöver", *Svensk Bokhandel*, 13 mars 2023, <https://www.svb.se/nyheter/ai-en-stor-utmaning-juridiken-framover> [Hämtad den 16 maj 2023].

Kalle Laxgård, "Vi är tagna på sängen", *Svensk Bokhandel*, 18 april 2023, <https://www.svb.se/nyheter/vi-ar-tagna-pa-sangen>, [Hämtad den 10 maj 2023].

Kristina Lönner & Kalle Laxgård, "Så jobbar förlagen med AI idag", *Svensk Bokhandel*, 23 februari 2023, <https://www.svb.se/sa-jobbar-forlagen-med-ai-i-dag>, [Hämtad 6 april 2023].

Lars Furuland & Johan Svedjedahl (red.), *Litteratursociologi: texter om litteratur och samhälle*, Lund, Studentlitteratur, 1997.

Marie Utterberg Modén, Johan Lundin, Martin Tallvid, *Digitala läromedel i en digitaliserad skola*, Malmö, Gleerups, 2023.

Michael Bhaskar, *Content Machine: Towards a Theory of Publishing From the Printing Press to the Digital Network*, 1uppl., New York, NY: Anthem Press, 2013.

Robert H. Kimball, "A Plea for Pity.", *Philosophy and Rhetoric* 37:4 (2004), s. 301–316.

Torbjörn Forslid, Jon Helgason, Lisbeth Larsson m fl., *Höstens böcker. Litterära värdeförhandlingar 2013*, Göteborg, Stockholm, 2015.

TT/Litteratur, "Tecknare oroar sig för AI", *Svensk Bokhandel*, 5 april 2023, <https://www.svb.se/nyheter/tecknare-oroar-sig-ai>, [Hämtad den 10 maj 2023].

## Otryckta källor

Daniel W. Hook & Simon J. Porter, "AI versus IA", *Artificial Intelligence in Libraries and Publishing*, 2022.

Frontier Economics, *People plus machines: the role of artificial intelligence in publishing*, Publishers Association, 2020. <https://www.publishers.org.uk/publications/people-plus-machines/> [Hämtad den 25 april 2023].

Historiska Media, "Om Historiska Media", <https://historiskamedia.se/om-oss/>, [Hämtad den 2 maj 2023].

John Simons, "The Creator of ChatGPT Thinks AI Should Be Regulated", *Time*, 5 februari 2023, <https://time.com/6252404/mira-murati-chatgpt-openai-interview/>, [Hämtad den 3 april 2023].

James Vincent, "AI camera repeatedly confuses bald head for soccer ball during live stream", *The Verge*, 3 november 2020. <https://www.theverge.com/tldr/2020/11/3/21547392/ai-camera-operator-football-bald-head-soccer-mistakes>, [Hämtad den 21 maj 2023].

James Vincent, "AI-generated answers temporarily banned on coding Q&A site Stack Overflow", *The Verge*, 5 december 2022, <https://www.theverge.com/2022/12/5/23493932/chatgpt-ai-generated-answers-temporarily-banned-stack-overflow-llms-dangers> [Hämtad den 3 april 2023].

Michael Bhaskar, "AI and Publishing", *Logos* 31 (3):13-19.

Sölve Dahlgren, "Abodelning & Ailska (Nyhetsbrev #432)", *Boktugg*, 12 maj 2023, <https://www.boktugg.se/nyhetsbrev/archive/abodelning-ailska-nyhetsbrev-432/>, [Hämtad den 15 maj 2023].

Sölve Dahlgren, "Reedz ska hjälpa Hoi Publishing med AI-översättning av böcker", *Boktugg* 14 juli 2022, <https://www.boktugg.se/2022/07/14/reedz-ska-hjalpa-hoi-publishing-med-ai-oversattningar-av-bocker/> [Hämtad den 17 maj 2023].

Sölve Dahlgren, "Sveriges största bokförlag 2019", *Boktugg*, 13 december 2019, <https://www.boktugg.se/2019/12/13/sveriges-50-storsta-bokforlag/>, [Hämtad den 29 mars 2023].

# Bilagor

## Bilaga 1

- Hur ställer du dig som (position) till den potentiella användningen av AI i det redaktionella arbetet?
- Om AI används, hur förändrar det den redaktionella processen hos er?

## Bilaga 2

- Använder ni AI på något sätt på förlaget idag?
- Funderar ni på att börja använda någon typ av AI-teknik på (förlag)? Varför/Varför inte?
- Vilka användningsområden tror du det kan finnas för AI inom förlagsarbetet?
- Om ni skulle använda AI (-korr, översättning, inläsning), hade ni använt det på hela er utgivning eller bara på vissa böcker? Om så är fallet, vilka passar det bättre för?
- Tror du att det finns någon viss typ av litteratur där användningen av AI kommer att ske snabbare (alternativt långsammare)? Om ja, varför?
- Ser du AI som ett hot eller som en möjlighet i förlagsarbetet? Eller båda?
- Tror du att AI kommer att vara en del av det redaktionella arbetet i framtiden?
- Hur pratas det i branschen om AI just nu? Är folk oroade över framtiden?
- Hur samspelar AI med synen på litterärt värde?