

Den litterära nätsajten Vulkan.se och en ny modell för den litterära processen

Lena Petersson



HÖGSKOLAN I BORÅS
VETENSKAP FÖR PROFESSION

© **Lena Petersson**

Mångfaldigande och spridande av innehållet i denna uppsats
– helt eller delvis – är förbjudet utan medgivande.

Svensk titel: Den litterära nätsajten Vulkan.se och en ny modell för den litterära processen

Engelsk titel: The literary site Vulkan.se and a new version of the literary process

Författare: Lena Petersson

Kollegium: Kollegium 1

Färdigställt: 2009

Handledare: Christian Swalander

Abstract: The aim of this thesis is to investigate how the literary site Vulkan.se affects the conditions for publishing, distribution, incorporation in value systems and feedback in the literary process, as it appears in Lars Furuland's model of this process. The purpose is also to propose an updated version of the model. This is achieved through a qualitative testing of Furuland's theory. Vulkan.se is analyzed using concepts from the sociology of literature and Lars Furuland's model "the literary process", and is put into perspective of previous research and theories on actors and technical development related to the Swedish book market, such as print-on-demand and publishing on the Internet. The results show that web publishing at Vulkan.se can be incorporated into Furuland's existing model. However, due to the ongoing technical development on the Internet, which has created new ways for the author to create, write, publish and sell books and get feed-back directly from their readers, several internal modifications are proposed.

Nyckelord: Vulkan.se, litterära nätsajter, litterära systemet, litterära processen, litteratursociologi, print-on-demand.

Innehåll

1	Inledning.....	1
1.1	Problemformulering.....	2
1.2	Syfte.....	4
1.3	Frågeställningar.....	4
2	Teori.....	5
2.1	Darntons modell av "Det kommunikativa kretsloppet".....	5
2.2	Escarpits modell av "De två kretsloppen" och Hertels modell av "De fem kretsloppen".....	6
2.3	Litteratursociologi.....	8
2.4	Den litterära processen och det litterära systemet.....	9
3	Metod.....	14
3.1	Urvalsprocessen.....	14
3.2	Material.....	16
3.3	Analysprocessen.....	16
3.4	Avgränsningar.....	17
3.5	Disposition.....	18
4	Vulkan.se.....	19
5	Tidigare forskning och litteraturgenomgång.....	21
5.1	Förläggare och tendenser till utveckling inom förlagsbranschen.....	21
5.2	Självpublicering.....	22
5.3	Print-on-demand och annan teknisk utveckling.....	23
5.4	Effekter av print-on-demand och Internetpublicering.....	26
5.5	Böcker och e-böcker.....	28
5.6	Attityder till webbpublicering.....	29
5.7	Författare 2.0.....	30
6	Analys.....	34
6.1	Produktion I.....	34
6.2	Produktion II.....	35
6.3	Distribution I.....	37
6.4	Distribution II.....	38
6.5	Inplacering i värdesystem.....	38
6.6	Återströmning.....	39
7	Slutsatser och avslutande kommentarer.....	40
7.1	Slutsatser: Ett förslag till en uppdaterad, kompletterad och nyanserad modell av Furulands modell av den litterära processen.....	40
7.2	Avslutande kommentarer.....	47
8	Sammanfattning.....	49
	Källförteckning.....	52

1 Inledning

I Dagens Nyheters kulturdelen den 26:e april 2008 förekom en artikel av Henrik Arvidsson, "Litterär boom på nätet"¹, den handlade om Kinas digitala kulturrevolution. Den digitala kulturrevolutionen är ett journalistiskt uttryck. Nationalencyklopedin definierar begreppet kulturrevolution som en "process med stora (politiska) omvälvningar inom kulturlivet".² Jag tolkar det journalistiska uttrycket som att den digitala kulturrevolutionen är en kulturrevolution som pågår både i det fysiska samhället och på Internet, vilket gör att den använder sig av digitala kanaler för att spegla och åstadkomma förändringar inom det fysiska kulturlivet. Enligt Arvidsson är det bara USA som har fler internetanvändare än Kina, och parallellt med bloggandet har intresset ökat för litterära nätsajter där både etablerade författare och amatörer publicerar sina verk, vilket har resulterat i att många förlag har koncentrerat sig på att trycka upp de mest uppskattade nätromanerna eftersom dessa ofta säljer bra även i den fysiska bokhandeln. Arvidsson skriver att den digitala kulturrevolutionen har lett till ett uppsving för den kinesiska avantgardepoesin eftersom det är svårare för myndigheterna att kontrollera allting som publiceras på Internet. Arvidsson har intervjuat den pekingbaserade amerikanske översättaren Eric Abrahamsen som är ägare till nätmagasinet "Paper Republic" och Abrahamsen menar att nätlitteraturen är nästa steg i den digitala kulturrevolutionen. Ett bevis på nätlitteraturens inflytande är populariteten av ordet *roman* i Kinas största sökmotor. Enligt Abrahamsen anpassar sig författarna efter läsarnas önskemål, och därför skrivs det mest klichéartad genrelitteratur där genrerna fantasy, palatsromaner (romantiska berättelser i historisk miljö) och universitetslitteratur (berättelser om unga människors framtidsångest och kärleksproblem) är mest populära. Arvidsson hävdar att läsarresponsen fungerar som omedelbara marknadsundersökningar, vilket har skapat en uppsjö av "pulp fiction-förlag" som letar bästsäljare på Internet och trycker upp dem i fysiska exemplar, ibland med nya slut så att nätläsarna måste köpa den tryckta boken för att få veta slutet på handlingen. I bokhandeln finns även speciella avdelningar för litteratur som ursprungligen är nätlitteratur.

Detta händelseförlopp med författarna som registrerar sig på de litterära nätsajterna och publicerar alstren, vars popularitet leder till stor läsarrespons och uppmärksamhet från förlagen, vilka publicerar speciellt upptryckta upplagor av böckerna i bokhandeln för att nå ut både till de "ursprungliga nätfansen" och de traditionella läsarna, konsumenterna, är ett exempel på olika processer i ett litterärt system. Författarna producerar och publicerar manuskripten, vilka blir lästa, och läsarna ger respons (återströmning) till författarna. Det finns dock en väsentlig skillnad i detta exempel, mellan hur det litterära systemet traditionellt sett har fungerat i Kina, och hur det fungerar inom ramen för de litterära nätsajterna. Författarna skickar inte manuskripten till förlagen och väntar på att bli publicerade eller refuserade. Istället är det förlagen som letar efter populära publicerade manuskript med många läsare och erbjuder författarna att få manuskriptet publicerat i tryckt form och sålt i bokhandeln där boken kan nå fler konsumenter. Arvidsson skriver vidare att litterära nätmagasin, bloggböcker och webbsidor som

¹ Arvidsson, Henrik (2008). Litterär boom på nätet, <<http://www.dn.se/dnbok/litterar-boom-pa-natet-1.770520>>.

² Lundahl, Bertil, "Kulturrevolutionen". *Nationalencyklopedin*, <<http://www.ne.se/lang/kulturrevolutionen>>. Se även "Kulturrevolution", *Nationalencyklopedin* <<http://www.ne.se/sve/kulturrevolution>>.

Vulkan.se antyder en likadan utveckling i väst som i Kina. Vulkan.se³ är en svensk motsvarighet till de kinesiska litterära nätsajterna och de amerikanska egenpubliceringssajterna ”Self Publishing - Lulu.com”⁴ och ”Authorcrossing – Self-Publishing powered by Wordclay”⁵. På Vulkan.se kan alla publicera sin bok och även sälja den om de vill, utan att det kostar någonting. Om köparna/läsarna registrerar sig på Vulkan.se så kan de recensera böckerna. Vulkan.se är därmed en del av det litterära systemet. Varje år skickar många författare manuskript till förlagen, vilka inte kan publicera alla alster utan tvingas att refusera många av manuskripten. Ett av Vulkans mål är att ingen längre ska vara beroende av ett förlag för att kunna få publicera böcker, och genom Vulkans existens så ska förläggarnas monopol på att bestämma vem som ska få bli publicerad vara brutet. Denna åsikt om att den digitala revolutionen flyttar makten från förlagen över till författarna och läsarna kan också återfinnas hos webbsidan ”Kapitel1”⁶ där författarna kan ladda upp delar av ett verk, eller hela manuskript, och få respons av läsarna som avgör vilka texter som är bäst. Mot bakgrund av den digitala kulturrevolutionen i Kina och de litterära nätsajternas inflytande på det litterära systemet, så anser jag att en undersökning av det svenska litterära systemet i ljuset av den svenska litterära nätsajten Vulkan.se, och dess eventuella påverkan på det litterära systemet, är befogad.

Jag har studerat litteraturvetenskap och blivit intresserad av det litterära systemet. Vid sidan om studierna älskar jag att skriva. Har gått fjorton skrivarkurser och utforskat det litterära systemet praktiskt genom att skicka in manuskript till traditionella förlag. Jag blev tipsad om Vulkan.se av en bloggkompis som också tycker om att skriva. Först var jag lite skeptisk eftersom det verkade för bra för att vara sant att vem som helst kunde publicera böcker gratis, men när jag hade registrerat mig på Vulkan.se och utforskat hur den litterära nätsajten fungerade i praktiken så blev jag alltmer positiv och under 2008 publicerade jag sju stycken böcker. Jag hittade nya bloggkompisar som också hade gett ut böcker på Vulkan.se. Vissa hade gett ut böckerna både på Vulkan.se, Lulu.com och Authorcrossing och jämförde erfarenheterna. Det skrevs om Vulkan.se i både tidningar och på bloggar, vilket gjorde mig intresserad av debatten och andras erfarenheter av litterära nätsajter. Därför var det naturligt för mig att skriva denna uppsats om Vulkan.se och hur verksamhetsformerna vid Vulkan.se kan påverka det litterära systemet.

1.1 Problemformulering

Publicering på Internet och nya publiceringsformer som hemsidor, webbsidor, bloggar och litterära nätsajter och deras betydelse för samhället har det skrivits och forskats mycket om eftersom det är områden som påverkar samhället. Nya lagar måste exempelvis stiftas för att skydda upphovsrätten och anpassa villkoren för exempelvis författare och litteraturkonsumenter, eller artister och musikkonsumenter, till de förhållanden som råder på Internet. Denna studie ska undersöka om och hur de verksamhetsformer som den litterära nätsajten Vulkan.se praktiserar påverkar det svenska litterära systemet.

1970, och i reviderad form 1991, och i icke reviderad form 1997 och 2001, publicerade Lars Furuland en teoretisk modell över det litterära systemet, den så kallade ”litterära

³ Vulkanisterna AB (2007). Vulkan. <<http://www.vulkan.se>>.

⁴ Lulu, Inc. (©2002-2009). Self Publishing – Lulu.com.<<http://www.lulu.com>>.

⁵ Publishing Solutions, Inc. (© 2009). Authorcrossing – Self-Publishing powered by Wordclay. <<http://www.authorcrossing.com>>.

⁶ Piratförlaget AB & Kapitel 1 Förlag AB (2008), ”Kapitel1”. <<http://www.kapitel1.se>>.

processen”⁷. Den visar olika led (produktion, distribution, inplacering i värdesystem, konsumtion och återströmning) i det litterära systemet. Denna studie kommer att undersöka hur verksamhetsformerna på Vulkan.se påverkar det litterära systemet med avseende på leden produktion, distribution, inplacering i värdesystem och återströmning, och därmed utesluter jag konsumtionsledet eftersom en studie av detta led skulle innebära en separat undersökning i sig. Det ryms därför inte inom ramen för denna uppsats. Jag väljer därför att inte försöka göra någon heltäckande studie av alla leden inom modellen över den litterära processen, utan begränsar studien till leden produktion, distribution, inplacering i värdesystem och återströmning. Jag kommer senare i uppsatsen att problematisera mina val av Vulkan.se och Furulands modell av den litterära processen.

Forskningen om hur samhället påverkas av den tekniska utvecklingen pågår ständigt och den tekniska utvecklingen fortsätter i högt tempo. En följd av detta är att forskningsresultat, teorier och modeller som rör den litterära processen ständigt behöver ses om och utvecklas. Furulands modell av den litterära processen är inte särskilt gammal, men Internets utveckling och de nya publiceringsformernas framväxt gör det befogat att granska leden i denna modell och pröva dem mot de förhållanden som råder inom de nya publicerings- och distributionsformerna som Vulkan.se representerar. Det finns inte så mycket uppdaterad forskning om webbpublicering i den litterära processen. Litteraturen, både skön- och facklitteratur, är viktiga inslag i samhället med stor betydelse för kultur och kunskapsbildning, det är därför viktigt att undersöka hur förhållanden inom det litterära systemet utvecklas och förändras. Inom biblioteks- och informationsvetenskapen har det forskats en hel del kring möjligheterna med elektronisk publicering, print-on-demand och publicering på webben, men det har inte bedrivits någon systematisk forskning kring hur publicering och distribution på moderna litterära nätsajter som Vulkan.se påverkar det litterära systemet. Luckan i forskningen om elektronisk publicering och litterära nätsajters påverkan på det litterära systemet gör det legitimt att undersöka Vulkan.se ur ett biblioteks- och informationsvetenskapligt perspektiv. Om någon låntagare/läsare frågar bibliotekarien om vilka möjligheter det finns att bli publicerad, eller var man kan få publicera sina böcker någonstans så kan det vara bra om bibliotekarien känner till de möjligheter som moderna litterära nätsajter som Vulkan.se erbjuder, och kan lägga till dessa som exempel på listan över förlag och alternativ till förlag.

⁷ Modellen publicerades för första gången 1970 i Furuland, Lars, Litteratur och samhälle: Litteratursociologiska frågeställningar, i Gustafsson, Lars (red.) *Forskningsfält och metoder inom litteraturvetenskapen* och i Furuland Lars, Rydén Louise & Johansson, Hans Olof (1970), *Avdelningen för litteratursociologi - en presentation*. Modellen publicerades i reviderad form 1991 i Furuland, Lars *Ljus över landet: och andra litteratursociologiska uppsatser* och i icke reviderad form 1997 och 2001 i Furuland, Lars, Litteratur och samhälle: om litteratursociologin och dess forskningsfält, i Furuland, Lars & Svedjedal, Johan red. *Litteratursociologi: Texter om litteratur och samhälle*. Jag ska utgå från den reviderade modellen 1991 när jag analyserar hur modellen skulle kunna revideras för att passa förändringarna i dagens litterära system.

1.2 Syfte

Syftet med denna uppsats är att i en jämförande analys ställa produktions- och distributionsformerna samt inplaceringen i värdesystem och återströmningen i Furulands modell för det litterära systemet mot verksamhetsformerna vid Vulkan.se, och därigenom nå fram till ett förslag till en, i ljuset av den senaste tidens utveckling på Internet, bättre anpassad modell av det litterära systemet. Detta ska ske genom att i en jämförande analys pröva de olika leden (produktion, distribution, inplacering i värdesystem och återströmning) i Furulands modell ”den litterära processen” och granska hur verksamhetsformerna på Vulkan.se kan placeras in i processen och påverka de olika leden.

1.3 Frågeställningar

Framträder en i förhållande till Furulands modell av den litterära processen förändrad bild av denna vid en analys av verksamhetsformerna vid den litterära nätsajten Vulkan.se?

Hur kan en reviderad version av Furulands modell av den litterära processen konstrueras med utgångspunkt i analysen av verksamhetsformerna vid Vulkan.se?

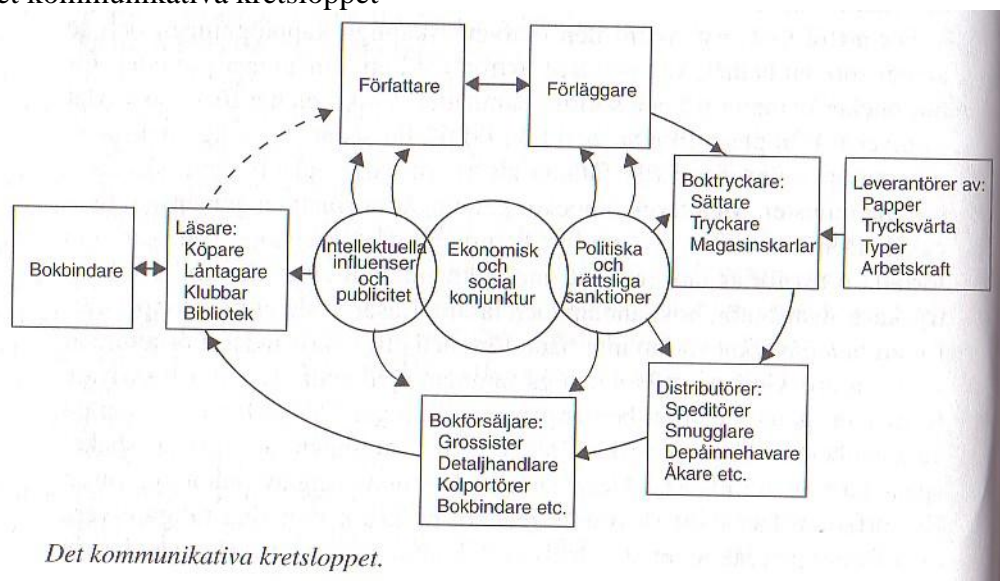
2 Teori

I det här kapitlet ska jag diskutera mig fram till varför jag har valt Furulands modell av den litterära processen, samt presentera densamma. Jag ska presentera Furuland och nämna de teoretiska modellerna av det litterära systemet, vilka har utarbetats av Robert Darnton, Robert Escarpit och Hans Hertel. Jag kommer att definiera det centrala begreppet "den litterära processen" (med synonyma begrepp till den). Begreppet "förläggare" kommer däremot att definieras i kapitlet "Tidigare forskning och litteraturgenomgång". Litteratursociologin ger uppsatsen ett litteratursociologiskt perspektiv och en teoretisk modell, Furulands modell av den litterära processen, vars olika led ska prövas mot studieobjektet Vulkan.se för att kunna avgöra dess plats i, och påverkan på, det litterära systemet. Först ska jag redogöra för Darntons modell och därefter Escarpits och Hertels modell. Sedan ska jag presentera Furuland och litteratursociologin. Vidare ska jag redogöra för det litterära systemet och synonyma begrepp till det. Slutligen ska jag presentera den litterära processen och skälet till varför jag har valt den modellen.

2.1 Darntons modell av "Det kommunikativa kretsloppet"

Darnton, professor i europeisk historia, har utformat en allmän analysmodell för att visa böckernas uppkomst och spridning i samhället. Han menar att villkoren för böckerna är olika beroende på tid och plats, men att det normalt finns en gemensam livscykel för tryckta böcker. Denna livscykel beskriver Darnton som ett kommunikativt kretslopp, vilket "går från författare till förläggare (om nu inte bokhandlaren antar den rollen), boktryckare, distributör, bokhandlare och läsare".⁸ Enligt Darnton är läsaren viktig eftersom läsaren påverkar författaren under hela kretsloppet och författaren själv är en läsare och bidrar till att forma och påverka genrer och stilbegrepp, till exempel. Modellen av det kommunikativa kretsloppet ser ut enligt följande:

Det kommunikativa kretsloppet



De viktiga aktörerna i modellen är författare, förläggare, boktryckare, distributörer, bokhandlare och läsare.¹⁰ Sedan finns det en växelverkan mellan bokbindare och läsare,

⁸ Robert Darnton 1998, Vad är bokhistoria? Ingår i Björkman, Margareta (red.) (1998). *Böcker och bibliotek: bokhistoriska texter*, s. 31.

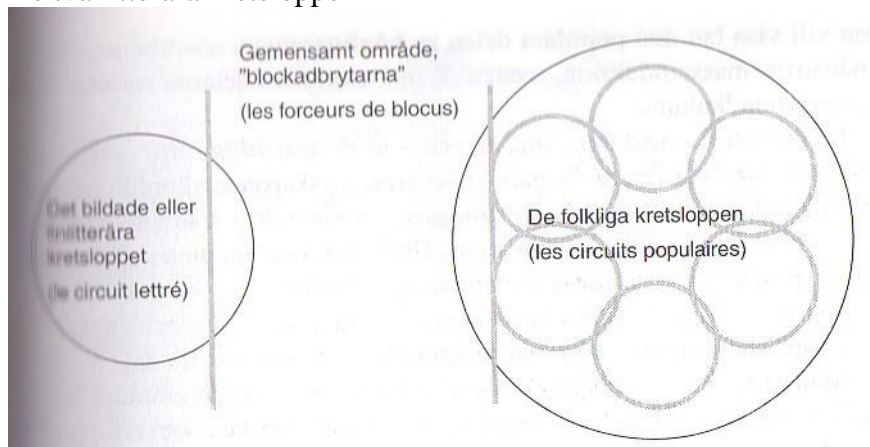
⁹ Ibid., s. 32.

boktryckare och leverantörer av papper, trycksvärta, typer och arbetskraft. Faktorerna intellektuella influenser och publicitet, ekonomiska och social konjunktur, politiska och rättsliga sanktioner är förenklingar av de yttre influenser som kan skifta i det oändliga enligt Darnton. Han hävdar att med mindre justeringar av modellen skulle den kunna vara giltig för alla perioder under hela den tryckta bokens historia, men att den inte går att tillämpa på handskrivna böcker och bokillustrationer. Själv använder Darnton modellen för att visa hur det kommunikativa kretsloppet fungerade i Frankrike under 1700-talet. Jag anser att Darntons modell är för generell för att kunna användas i denna uppsats. Den tryckta boken som han syftar på, är den traditionella tryckta boken, vilken skiljer sig från exempelvis e-boken. Jag har inte för avsikt att studera de yttre influenserna som påverkar det litterära systemet, eller bokbindarna eller leverantörerna av papper och annat. De viktiga aktörerna i modellen skulle förvisso kunna vara relevanta att studera för denna uppsats, men då skulle jag behöva göra som Darnton och ge ett konkret exempel på hur aktörerna har agerat i ett speciellt fall. Darnton har tagit Voltaire och hans böcker som exempel. Sådana konkreta exempel finns det inte utrymme för i denna studie, eftersom ett konkret exempel på en författare och dennes böcker skulle kräva en helt annan sorts studie.

2.2 Escarpits modell av "De två kretsloppen" och Hertels modell av "De fem kretsloppen"

Hertel, professor i nordisk litteratur, menar att "mediernas ekonomiska och tekniska utveckling"¹¹ har förändrat det inbördes beroende som finns mellan tryck, ljud och bildmedier, vilket inte kan förklaras med Escarpits klassiska litteratursociologiska modell av de två kretsloppen och därför måste modellen förnyas. Den tekniska utvecklingen har med andra ord ändrat de traditionella litterära kretsloppen enligt Hertel och därför har han skapat en egen teoretisk modell, precis som Furuland. Hertel beskriver den traditionella modellen, det vill säga Escarpits modell av "de två litterära kretsloppen" utifrån nedanstående bild.

De två litterära kretsloppen



12

Enligt Hertel består Escarpits två kretslopp av ett höglitterärt kretslopp och så de folkliga kretsloppen. Det bildade eller höglitterära kretsloppet (i den vänstra cirkeln) består av läsare som är litterärt bildade och därför själva kan välja och bedöm litteratur eftersom de har en gemensam referensram med författarna och litteraturförmedlarna. Till skillnad från de folkliga kretsloppen (i den högra cirkeln) som kan skapa vissa

¹⁰ Ibid., s. 41-45.

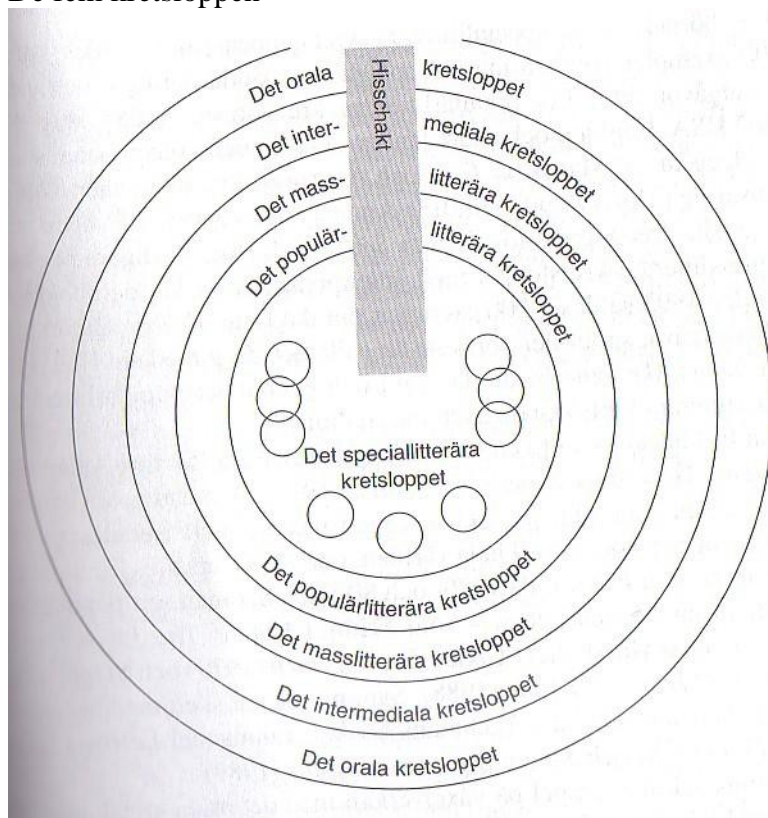
¹¹ Hertel, Hans 1997, Boken i mediasymbiosens tid. Ingår i Furuland, Lars & Svedjedal, Johan red. *Litteratursociologi: Texter om litteratur och samhälle*, s. 206-207.

¹² Ibid., s. 207.

folkliga textformer själva, men behöver hjälp utifrån av spekulanter och förmyndare för att få sina litterära behov tillgodosedda. Mellan dessa två kretslopp finns det ett gemensamt område som kallas för blockadbrytarna. Det är de som bidrar till en växelverkan mellan kretsloppen från det ena kretsloppet distribueras till det andra kretsloppet genom radio, tidningar, filmer, teater, biblioteket, pocketböcker och kolportageförsäljning. Hertel menar att Escarpits modell bara är relevant för att beskriva den klassiska franska bokmarknaden och att modellen därför blev oanvändbar för att beskriva förhållanden i Skandinavien redan på 1970-talet. Därför använder Hertel Escarpits modell som grund för att göra en ny teoretisk ram som kan praktiseras på den globaliserade bokmarknaden. Hertel anser att den nya modellen med fem litterära kretslopp är relevant för att undersöka litterära processer från 1950-talet och den aktuella mediesituationen som rådde 1997 och 2001. Syftet med den nya modellen är att ”visa hur den populära delen av höglitteraturen absorberas i kulturindustrins massproduktion, medan de mer exklusiva delarna sorteras ut till undergroundkulturer”.¹³ Hertels modell illustreras med en bild som följer på nästa sida.

¹³ Ibid., s. 208.

De fem kretsloppen



De fem kretsloppen är: det speciallitterära, populärlitterära, masslitterära, intermediala och orala kretsloppet. Det speciallitterära kretsloppet omfattar de smala böckerna, det populärlitterära kretsloppet omfattar det bredare boks Sortimentet med inbundna böcker och pocketböcker, bokklubbsböcker, det masslitterära kretsloppet omfattar inte bara populärlitteratur utan även kvalitetsböcker som blir bästsäljare eller säljs i stora upplagor genom bokklubbarna. Medan det intermediala kretsloppet omfattar texter som når ut via medier, radio, teve, film, ljudband, video, CD, till en stor och ofta internationell publik och det orala kretsloppet omfattar den muntliga traditionens historier som ofta influeras av bildmediernas nya historier och ger upphov till en ny mytologi. Enligt Hertel så sker utbytet mellan dessa fem kretslopp genom en mediehiss som kan transportera böckerna uppåt eller neråt mellan kretsloppen i systemet. Jag anser att Escarpits modell inte går att tillämpa på denna uppsats eftersom modellen är lämplig för den klassiska franska bokmarknaden och denna uppsats ska fokusera på det svenska litterära systemet. Hertels modell anser jag inte heller vara tillämplig på denna uppsats eftersom de fem kretsloppen i huvudsak fokuserar på hur böckerna placeras in i värderingssystem, vilket endast är en av de aspekter som jag vill undersöka i det litterära systemet. Det är möjligt att modellen även kan täcka in distributionsledet, men det räcker ändå inte eftersom jag behöver en modell som kan täcka in produktion, distribution, inplacering i värdesystem och återströmning.

2.3 Litteratursociologi

Furuland grundade avdelningen för litteratursociologi vid Litteraturvetenskapliga institutionen i Uppsala 1965.¹⁴ "I sin forskning har han bl.a. arbetat med folkrörelsernas kultur, arbetardikt och bokens historia [...] arbetarskildringar och regional litteratur. Tillsammans med Johan Svedjedal har han gett ut antologin *Litteratursociologi. Texter*

¹⁴ Gunder, Anna 2002. Avdelningen för litteratursociologi. Uppsala universitet. <<http://www.litvet.uu.se/lsoc/>>[2009-11-20].

om litteratur och samhälle (1997)".¹⁵ Furuland skriver att litteratursociologin kan användas för att undersöka "olika litterära delinstitutioner genom tiderna: författarkår, förlag, bokhandel, bibliotek, kritik samt skilda offentligheter och publikationer".¹⁶ Det är detta denna studie ska göra, undersöka en ny litterär delinstitution, de litterära nätsajterna. De litterära nätsajterna är en ny aktör vars samspel med andra institutioner i det litterära systemet kan påverka bokmarknaden och därmed också det litterära systemet. Denna studie ska utgå från litteratursociologisk teori med avseende på Furulands modell av den litterära processen.¹⁷ Enligt Furuland behandlar litteratursociologin litteraturen som "socialt fenomen och som system och institution i samhället".¹⁸ Han skriver att litteratursociologins avgränsningar och forskningsinriktningar är omdiskuterade eftersom litteratursociologi är ett så brett begrepp att ingen enskild forskare kan "behärska alla teorier, metoder och specialområden, och tyngdpunkten i kompetensen kan t.ex. ligga inom litteraturproduktionens eller litteraturreceptionens område".¹⁹ Exempel på forskningsområden inom litteraturproduktion och litteraturreception är studiet "av spridning och mottagande av litteratur ('den litterära processen', 'det litterära kretsloppet')".²⁰ Denna uppsats är litteratursociologisk i det avseendet att den behandlar en ny litterär delinstitution, den litterära nätsajten i form av Vulkan.se, och prövar den mot Furulands modell av den litterära processen, dels för att försöka placera in Vulkan.se som exempel i, och undersöka dess påverkan på, det litterära systemet, dels ge ett förslag på hur Furulands modell av den litterära processen skulle kunna uppdateras för att bättre svara mot förändringarna inom det litterära systemet.

2.4 Den litterära processen och det litterära systemet

Det finns många litterära begrepp i den tidigare forskningen. Johan Svedjedal, professor i litteraturvetenskap²¹ och ansvarig för avdelningen för litteratursociologi vid Litteraturvetenskapliga institutionen i Uppsala sedan 1993,²² skriver om litteratursamhället: "mellan samhälle och litteratur finns ett >>litteratursamhälle>>, de materiella villkor under vilka litteratur framställs, sänds ut och läses".²³ Litteratursamhället är en synonym för det litterära systemet. Enligt Nationalencyklopedin är den litterära processen: "den litterära textens tillkomst, utformning, spridning, mottagande, verkan och värdering" och det litterära systemet: "de tre huvudleden författare, verk och läsare/mottagare".²⁴ Rolf Yrlid, lärare i litteraturvetenskap, talar om den litterära kommunikationsprocessen mellan författare och läsare och att den består av författarna, förlagen, bokhandeln, bokklubbar och biblioteken.²⁵ Furulands begrepp och modell den litterära processen visar "verkets väg från författaren via förläggaren och olika förmedlare (bokhandlare, bibliotekarier m.fl.) till läsaren".²⁶ Den har tre huvudled: produktionen, distributionen och konsumtionen. Parallellt med dessa tre finns urvalssystem, till exempel kritiken, som värderar litteraturen och påverkar "verkets möjligheter att nå fram till ett nämnvärt antal

¹⁵ Björkman, Margareta 1998. *Böcker och bibliotek: bokhistoriska texter*, s. 7-8.

¹⁶ Furuland, Lars 1991. *Ljus över landet: och andra litteratursociologiska uppsatser*, s. 266.

¹⁷ Ibid., s. 288-289.

¹⁸ Ibid., s. 264.

¹⁹ Ibid, s. 265.

²⁰ Ibid.

²¹ "Johan Svedjedal", *Nationalencyklopedin*, <<http://www.ne.se/johan-svedjedal>>, [2009-12-01].

²² Gunder, Anna 2009.

²³ Svedjedal, Johan 1994. *Författare och förläggare: och andra litteratursociologiska studier*, s. 179.

²⁴ "Litteraturvetenskap", *Nationalencyklopedin*; <<http://www.ne.se/lang/litteraturvetenskap>>.

²⁵ Yrlid, Rolf 1998. *Litteraturens villkor*, s. 7 och innehållsförteckningen.

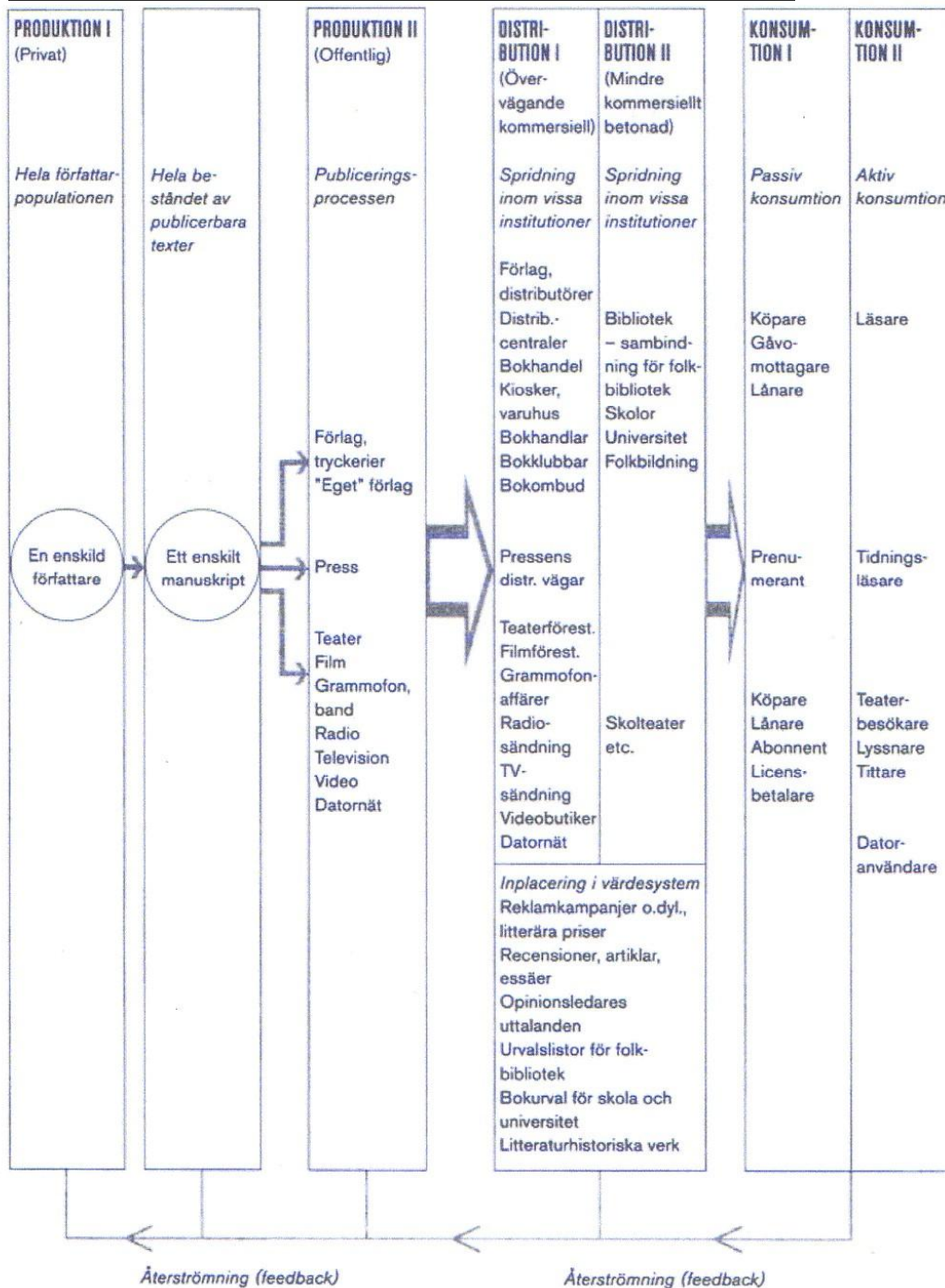
²⁶ Furuland 1991, s. 286.

mottagare-läsare”.²⁷ Svedjedal anser att det är läsarna som avgör det litterära värdet och bestämmer vad som är värt att uppmärksamma.²⁸ Jag tolkar det som att Yrlids den litterära kommunikationsprocessen är synonym med Furulands den litterära processen och att den litterära processen innefattar det litterära systemet eller litteratursamhället med Svedjedals ordbruk. Jag föredrar att använda Furulands termer, det litterära systemet och den litterära processen, eftersom det är enklast att hålla sig till två termer av fyra. Furuland publicerade modellen av den litterära processen 1970 och i reviderad form 1991 och i icke reviderad form 1997 och 2001. Jag ska först presentera modellen som den såg ut i reviderad form 1991 och tolka den, eftersom jag sedan ska utgå från den reviderade modellen när jag analyserar Vulkan.se och undersöker hur en reviderad modell av Furulands modell av den litterära processen skulle kunna konstrueras idag. Anledningen till att jag väljer att utgå från den reviderade modellen från 1991 är att den är anpassad till de förändringar som då hade skett i det litterära systemet. När jag har tolkat den reviderade modellen från 1991 ska jag visa hur modellen såg ut 1970 och vilka förändringar som har gjorts. På nästa sida följer en bild över Furulands modell av den litterära processen som den såg ut i reviderad form 1991.

²⁷ Ibid.

²⁸ Svedjedal 1994, s. 186-187.

Den litterära processen i reviderad form från 1991



<http://dpc.uba.uva.nl/tvsv/images/vol30/nr01/3001a02fig1.jpg>

2009-11-19

29

²⁹ Furuland 1991, s. 288-289. Jag har använt mig av en inscannad version av bilden från Svedjedal, Johan (2009). Förläggaren och det litterära väldet. Ingår i *Tijdschrift voor Skandinavistiek*, vol. 30 (2009), nr. 1 <<http://dpc.uba.uva.nl/tvsv/vol30/nr01/art02>>.

I det privata området (Produktion I) finns hela författarpopulationen och hela beståndet av publicerbara texter. Jag tolkar det som att författarpopulationen omfattar både etablerade och oetablerade författare. Av hela populationen är det en enskild författare som bestämmer sig för att publicera ett enskilt manuskript. Publiceringsprocessen äger rum i offentligheten (Produktion II) och det finns tre vägar för författaren att publicera sig på. Den första vägen är genom förlag, tryckerier eller eget förlag. Den andra vägen är genom pressen och den tredje vägen är genom teater, film, grammofon, band, radio, television, video eller datornät.

Sedan distribueras verket. Det finns två distributionsområden. Distribution I (Övervägande kommersiell) innebär att verket sprids inom vissa institutioner som förlag, distributörer, distributionscentraler, bokhandel, kiosker, varuhus, bokhandlar, bokklubbar, bokombud, pressens distributionsvägar, teaterföreställningar, filmföreställningar, grammofonaffärer, radiosändningar, tevesändningar, videobutiker eller datornät. Distribution II (Mindre kommersiellt betonad) innebär att verket sprids inom vissa institutioner som bibliotek, sambindning för folkbibliotek, skolor, universitet, folkbildning, skolteater etcetera.

Parallellt med distributionen placeras verket in i värdesystem genom reklamkampanjer och dylikt, litterära priser, recensioner, artiklar, essäer, opinionsledares uttalanden, urvalslistor för folkbibliotek, bokurval för skola och universitet och litteraturhistoriska verk. Genom distributionen når verket ut till konsumenterna. Det finns två konsumtionsområden. Konsumtion I (Passiv konsumtion) innebär att konsumenterna är köpare, gåvomottagare, lånare, prenumeranter, köpare, lånare, abonnenter och licensbetalare. Konsumtion II (Aktiv konsumtion) innebär att konsumenten är läsare, tidningsläsare, teaterbesökare, lyssnare, tittare eller datoranvändare. Under hela processens gång sker en återströmning (feedback) som ger den enskilda författaren respons på verket.

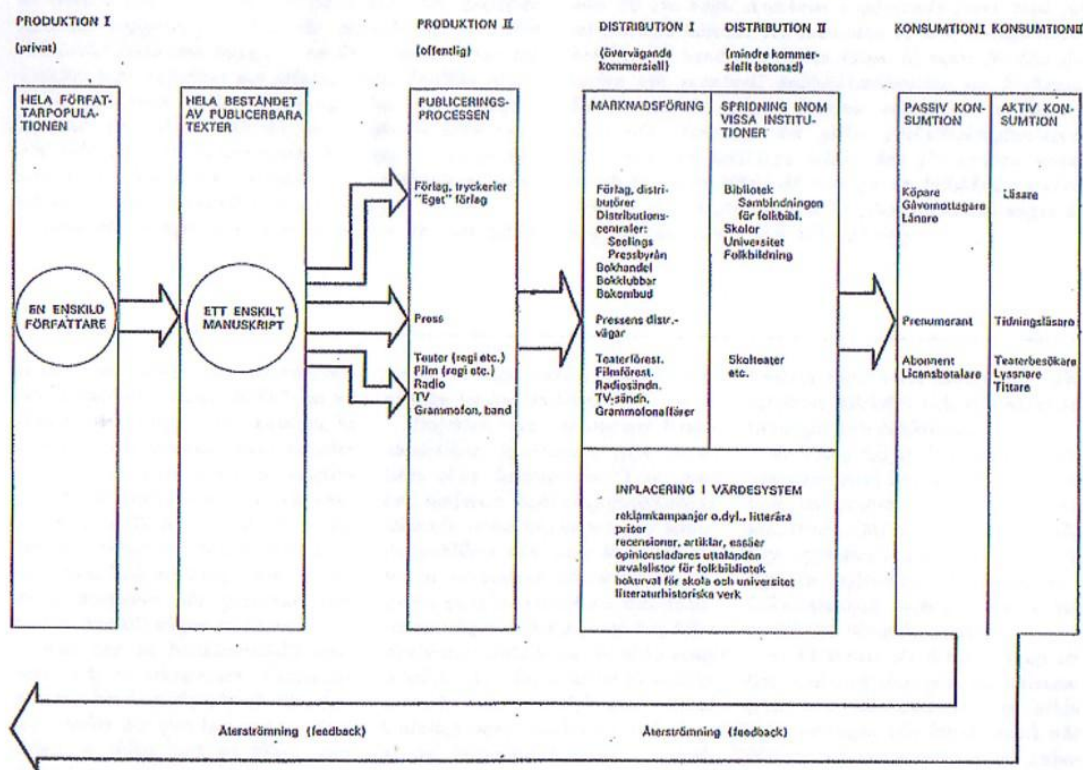
Furuland beskriver modellen av den litterära processen så här:

Författaren fullbordar ett originalverk i manuskript och erbjuder det till ett förlag. [...] Om nu manuskriptet verkligen antas för utgivning tar det därmed det viktiga steget från det privata området (Produktion I) över till offentligheten (Produktion II). [...] Refuseras han [författaren] på de etablerade förlagen kan han tillgripa utgivning på egen bekostnad och risk. Den utvägen ("eget förlag") har dock på senare år blivit dyrare än förr på grund av stegrade tryck- och distributionskostnader.³⁰

Förlagen är som synes en maktfaktor i modellen av den litterära processen. Det är på förlagen som manuskripten antas eller refuseras och att ge ut på eget förlag blir en alternativ väg att gå för att få ut manuskriptet i offentligheten. Furuland publicerade modellen i denna utformning första gången 1991, och i icke reviderad form även under senare år, och sedan dess har den tekniska utvecklingen gått framåt och öppnat nya vägar för den som med sitt manuskript vill gå från det privata området över till offentligheten. Vulkan.se är en sådan ny väg och med hjälp av print-on-demandtekniken behöver det inte längre vara så dyrt att ge ut boken på egen hand. Den snabba tekniska utvecklingen gör det befogat att pröva modellen av den litterära processen och se hur webbpubliceringen som sker på den litterära nätsajten Vulkan.se kan påverka de olika leden i modellen av den litterära processen. Jag ska dock bara undersöka leden produktion, distribution, inplacering i värdesystem och återströmning. Anledningen till att jag finner Furulands modell av den litterära processen vara bättre lämpad för denna uppsats än Darntons och Escarpits modeller, är att Furulands modell av den litterära

³⁰ Ibid., s. 286-287, 290-291.

processen täcker in både produktion, distribution, inplacering i värdesystem och återströmning, samtidigt som den rymmer viktiga aktörer som författare, förläggare, distributörer och läsare (även om de inte finns utskrivna i modellen på samma sätt som de gjorde i Darntons modell). När Furuland publicerade modellen av den litterära processen för första gången 1970 så såg modellen ut enligt följande:



Den litterära processen. (Figur hämtad ur Lars Furulands uppsats *Litteratur och samhälle, Litteratursociologiska frågeställningar; i Forskningsfält och metoder inom litteraturvetenskapen, W & W:s Alma-serie, 1970.*)

8

³¹ I 1970 års modell av den litterära processen saknas kategorierna "Video" och "Datornät" i "Produktion II"-spalten. "Distribution I"-spalten har en rubrik som heter "Marknadsföring" och kategorin "Distributionscentraler" preciseras med företagen "Seelings" och "Pressbyrå", medan kategorierna "Kiosker, varuhus", "Videobutiker" och "Datornät" saknas. I "Konsumtion I"-spalten saknas kategorierna "Köpare" och "Lånare" och i "Konsumtion II"-spalten saknas kategorin "Datoranvändare". "Återströmnings"-ledet löper i huvudsak mellan "Konsumtion"-spalterna och "Produktion I"-spalten, men enligt vad jag har kunnat läsa mig till så är det mest en estetisk och layoutmässig skillnad, Furuland ansåg både 1970 och 1991 att återströmningen sker under hela den litterära processen. De ändringar och preciseringar som har skett i modellen mellan 1970 och 1991 tolkar jag som följer av den tekniska utvecklingen (exempelvis video och datorer) och att det har utvecklats fler institutioner för distribution inom det litterära systemet (exempelvis kiosker, varuhus). Kanske är det ökningen av institutioner för distribution som har gjort att preciseringarna med "Seelings" och "Pressbyrå" har tagits bort? Avsaknaden av rubriken "Marknadsföring" i modellen från 1991 tolkar jag som en följd av att marknadsföringen inte längre kan knytas särskilt till distributionsledet utan att det numera ingår marknadsföring under hela den litterära processen. Nu lämnar jag 1970 års modell och utgår från den reviderade modellen från 1991.

³¹ Furuland, Lars 1970a, s. 8. Bilden publicerades ursprungligen i Furuland, Lars 1970b.

3 Metod

Jag ska göra en kvalitativ, teoriprovande och teoriutvecklande studie. Det innebär att jag ska pröva en befintlig teoretisk modell, Furulands modell av den litterära processen, för att undersöka om den fortfarande håller och hur den kan behöva utvecklas när nya produktions- och distributionsformer som de på Vulkan.se påverkar det litterära systemet. Jag ska sedan använda mig av en teoriutvecklande metod för att göra en uppdaterad modell av Furulands modell av den litterära processen. Metoden blir därför abduktiv³², eftersom det sker en växelverkan mellan teori och empiri. Den teoriprovande delen av metoden blir induktiv, eftersom Furulands modell av den litterära processen har skapats utifrån empirin för att genom den teoretiska modellen av den litterära processen förklara hur den litterära processen fungerar. Den teoriutvecklande delen av metoden, då jag skapar ett förslag till en ny uppdaterad modell av Furulands modell av den litterära processen, blir deduktiv eftersom jag baserar min modell på Furulands modell. För att pröva om Furulands modell av den litterära processen fortfarande håller och för att skapa ett förslag till en uppdaterad modell av den litterära processen så krävs det att jag rör mig fram och tillbaka mellan teori och empiri, vilket gör metoden abduktiv.

3.1 Urvalsprocessen

Vulkan.se har valts ut för denna undersökning eftersom det är ett nytt och unikt fenomen i det svenska litterära systemet. Det finns utländska motsvarigheter som Lulu.com, Authorcrossing.com och de kinesiska litterära nätsajterna, men ingen mer svensk motsvarighet. Mina urvalskriterier för att definiera Vulkan.se som en litterär nätsajt och skilja Vulkan.se från andra svenska webbsidor är följande: Webbsidan ska inte drivas av ett förlag (varken traditionellt eller print-on-demand) men den kan använda sig av print-on-demandteknik för att trycka böckerna Det ska vara gratis att bli medlem och ge ut boken och det ska inte krävas någon minimiupplaga för att boken ska kunna bli utgiven Användaren/författaren ska kunna ge ut boken själv med hjälp av webbsidan (användaren/författaren ska kunna ladda upp inlagan som textfil eller använda en färdig designmall, skapa ett bokomslag, bestämma hur mycket boken ska kosta och om den ska göras tillgänglig i nätbokhandeln eller inte och i vilket format (tryckt eller e-bok till exempel) som den ska finnas tillgänglig i) Det ska finnas en nätbokhandel i anslutning till den litterära nätsajten där böckerna kan göras tillgängliga för andra köpare som ska kunna köpa boken

De svenska webbsidor som kommer närmast urvalskriterierna men som inte uppfyller dem och därför faller bort är de som erbjuder användarna att ladda upp texter och bilder och skapa böcker, men det är bara användaren som skapar böckerna som kan köpa dem. Även svenska communities som Sockerdricka.nu, Poeter.se och Kapitell har vissa likheter med Vulkan.se, men det är bara på Vulkan.se som det finns en egen nätbokhandel där användarna kan välja att göra verken tillgängliga för andra köpare utan att det kostar någonting och utan att behöva köpa en viss minimiupplaga av boken. Ett mellanting utgör dock webbsidan Digitalboken <http://www.digitalboken.se> som enligt Digitalbokens blogg DigIt grundades redan 5:e november 2007 men kom i

³² Alvesson, Mats & Sköldberg, Kaj 2008, *Tolkning och reflektion: vetenskapsfilosofi och kvalitativ metod*, s. 56.

skymundan eftersom Vulkan.se fick större uppmärksamhet i medierna.³³ På Digitalboken kan textfilerna laddas upp och publiceras i elektronisk form på webbsidan tillsammans med en omslagsbild. Det är gratis så länge användaren inte behöver hjälp med konverteringen av texten till pdfformat, skriva in texten, scanna in foton, få hjälp med en omslagsbild eller ge ut boken i tryckt form. De texter som publiceras i elektronisk form på webbsidan kan laddas ner gratis av andra användare som dock bara får använda de nedladdade texterna för eget bruk. De böcker som ges ut i tryckt form kan provläsas i elektronisk form och sedan beställas från författaren, Digitalboken eller ett annat förlag. Digitalboken drivs dock av ett förlag och de texter som kan laddas upp och publiceras elektroniskt kan bara vara i elektroniskt format och måste vara synlig på webbsidan och tillgänglig för nedladdning. Det går därför inte att ge ut böckerna på ett sådant sätt som i mina urvalskriterier och därför räknar jag inte Digitalboken som en litterär nätsajt. Vulkan.se erbjuder också andra produkter som fotoböcker, almanackor och kalendrar, men främst är det böcker (skönlitterära och facklitterära böcker, pocketböcker, e-böcker och bilderböcker) och författare som är i fokus för verksamheten. Även förlagen berörs eftersom Vulkan.se å ena sidan gör anspråk på att bryta förlagens monopol på att välja vem som ska få bli publicerad, å andra sidan kan samarbeta med förlagen och ge ut böcker som är slutsålda på förlagen. Det gör Vulkan.se till ett lämpligt studieobjekt att pröva Furulands modell av den litterära processen på. Furuland skriver att den modellen av den litterära processen ska:

Illustrera huvudströmmarna vid litteraturens produktion, spridning och konsumtion i samhällen med marknadshushållning, t.ex. de nordiska länderna på 1990-talet. Modellen är så pass generaliserande att den även kan tjäna som utgångspunkt för diskussioner av litteraturens ställning i andra tider och andra politiska system än vårt.³⁴

Modellens utgångspunkt i 1990-talets litterära system gör det angeläget att pröva modellen och granska hur förändringar i 2000-talets litterära system kan göra det befogat med ett förslag på en uppdaterad modell av Furulands modell av den litterära processen. Furulands modell av den litterära processen har redan reviderats 1991 för att bättre svara mot de förändringar som då hade skett i det litterära systemet och gjorde att modellen inte var tillräckligt generaliserande längre utan behövde uppdateras. Furulands modell är medvetet gjord för att vara generaliserande och kunna anpassas till förändringar i tiden och politiska system. Just därför bör jag pröva om den är tillräckligt generaliserande för att hålla för de förändringar och den påverkan på det litterära systemet som de litterära nätsajterna kan bidra till. En alltför generaliserande modell kan bli tom och intetsägande, därför kan det kanske vara befogat att göra modellen mer detaljerad och specificerad, eller åtminstone nyanserad. Furulands modell av den litterära processen bygger på Hertels modell av ”de fem kretsloppen”³⁵ som är en utveckling av Escarpits modell av ”de två kretsloppen”³⁶. Escarpits modell är bara representativ för det klassiska franska litterära systemet, och enligt Hertel gick det inte att tillämpa Escarpits modell på nordiska förhållanden efter 1970. Hertels modell ska därför vara bättre anpassad till det nordiska litterära systemet. De båda modellerna fokuserar dock bara på kanonbildningen i det litterära systemet och därför är de inte relevanta för denna studie. Jag har således valt Furulands modell av den litterära processen för att den täcker in hela det litterära systemet, men i denna studie kommer elektronisk publicering som den sker på Vulkan.se inte att jämföras med alla leden i Furulands modell utan bara med avseende på leden produktion, distribution, inplacering

³³ Classon, Christer 2007, Vulkan. DigIt. [tis, november 20, 2007 10:11:38].

<<http://digit.digitalboken.se/#post1>>.

³⁴ Furuland 2001, s. 38.

³⁵ Hertel, 1997, s. 207.

³⁶ Ibid.

i värdesystem och återströmning. Därmed utesluter jag konsumtionsleden eftersom en studie av dessa led skulle innebära en separat undersökning i sig, vilket inte ryms inom ramen för denna uppsats. Vidare skulle en studie av konsumtionsleden kräva någon form av användarundersökning, konsumentundersökning och såväl personuppgifterna hos registrerade användare på Vulkan.se, liksom personuppgifterna hos konsumenterna är skyddade enligt personuppgiftslagen, vilket skulle försvåra en sådan studie.

Reflekterande anmärkningar

Min förförståelse av hur det fungerar att vara registrerad medlem på Vulkan.se och publicera böcker kan göra att jag kanske blir lite hemmablind och inte tolkar informationen som utomstående icke registrerade personer skulle göra. Det finns många funktioner på Vulkan.se, och det skapas nya funktioner med jämna mellanrum. Jag har inte empirisk erfarenhet av alla funktionerna på Vulkan.se och kan därför bara läsa mig till information om tjänsterna exempelvis. Det finns även funktioner som inte är tillgängliga för alla användare, och dem kan jag inte heller uttala mig närmare om. Det gör att det kan finnas viktiga funktioner som jag kanske missförstår betydelsen av, vilket skulle kunna påverka resultatet för studien. Jag tror mig ändå ha fått en god överblick och insyn i det som är relevant för studien.

3.2 Material

Mitt empiriska material är webbsidan Vulkan.se med underavdelningar, och Furulands modell av den litterära processen. Furulands modell av den litterära processen presenterades i kapitel 2, detta eftersom Furulands modell av den litterära processen både är en del av teorin och materialet, då modellen ska jämföras mot Vulkans verksamhetsformer. Därutöver har jag empirisk erfarenhet av att använda Vulkan.se för att publicera böcker. Här följer bara en kort redogörelse av Vulkan.se utifrån de urvalskriterier som jag använder för att definiera Vulkan.se som en litterär nätsajt och skilja Vulkan.se från andra svenska webbsidor, en mer detaljerad presentation av Vulkan.se följer i kapitlet Vulkan.se. Vulkan.se drivs av företaget Vulkanisterna AB och det är inte ett förlag men de använder sig av print-on-demandteknik för att trycka böckerna. Det är gratis att bli medlem på Vulkan.se och ge ut boken och det krävs inte någon minimiupplaga för att boken ska kunna bli utgiven. Användaren/författaren kan ge ut boken själv med hjälp av webbsidan (kan ladda upp inlagan som textfil eller använda en färdig designmall, skapa ett bokomslag, bestämma hur mycket boken ska kosta och om den ska göras tillgänglig i nätbokhandeln eller inte och i vilket format (tryckt eller e-bok till exempel) som den ska finnas tillgänglig i). Det finns en nätbokhandel i anslutning till Vulkan.se där böckerna kan göras tillgängliga för andra köpare som ska kunna köpa boken.

3.3 Analysprocessen

Analysprocessen börjar med att jag läser in mig på Furulands modell av den litterära processen och den tidigare forskningen och litteraturgenomgången. Därefter går jag igenom de olika leden "produktion I-II, distribution I-II, inplacering i värdesystem och återströmning" i Furulands modell av den litterära processen och prövar dem mot verksamhetsformerna vid Vulkan.se och relaterar dem till den tidigare forskningen. Jag tar då hjälp av nedanstående förhållanden och relaterar varje förhållande till respektive led i Furulands modell av den litterära processen, enligt följande mönster som presenteras i en tabell på nästa sida:

Led i Furulands modell av den litterära processen	i förhållande till verksamhetsformerna vid Vulkan.se
Produktion I-II	Produktionsformerna vid Vulkan.se i förhållande till produktionsleden i Furulands modell
Distribution I-II	Distributionsformerna vid Vulkan.se i förhållande till distributionsleden i Furulands modell
Inplacering i värdesystem	Inplaceringen i värdesystemen i Furulands modell i förhållande till inplaceringen i värdesystemen vid Vulkan.se
Återströmning	Återströmningen i Furulands modell i förhållande till återströmningen vid Vulkan.se
Samtliga led	Eventuellt behov av uppdatering, komplettering, precisering, nyansering för att bättre motsvara förändringarna i det litterära systemet och de förhållanden som finns i Furulands modell i förhållande till de verksamhetsformer som finns vid Vulkan.se

Informationen till denna studie samlas in från olika dokument, det vill säga webbsidan Vulkan.se med underavdelningar. Dokumenten kommer att analyseras och struktureras med hjälp av de olika leden (produktion, distribution, inplacering i värdesystem och återströmning) i Furulands modell av den litterära processen.

3.4 Avgränsningar

Denna studie handlar om förändringar i det litterära systemet med utgångspunkt i en analys av verksamhetsformerna vid den svenska litterära nätsajten Vulkan.se. Det innebär att andra svenska webbsajter för publicering och distribution av litteratur inte kommer att analyseras, och inte heller någon av de talrika sådana sajter som finns i andra länder. Valet föll på Vulkan.se eftersom det är en ny och unik företeelse i Sverige, den enda svenska litterära nätsajten och svenska motsvarigheten till de utländska litterära nätsajterna. Dessutom har jag empirisk erfarenhet av bokpublicering på Vulkan.se. Denna studie kommer endast att pröva leden produktion, distribution, inplacering i värdesystem och återströmning i Furulands modell av det litterära systemet. Konsumtionsleden ligger utanför ramen för denna uppsats.

Det finns andra svenska webbsidor där användaren kan skriva in eller ladda upp text och bilder och göra böcker och köpa exemplar av verket, men det är bara det egna verket som köparen har tillgång till från sitt eget användarkonto. Det finns ingen nätbokhandel där användaren kan välja att publicera sina verk så att andra också kan köpa dem. Exempel på sådana sidor är "Digitalboken", "Gör en egen bok – enklaste sättet på marknaden – Solentro"³⁷ och "Gör din egen bok: Din fotobok & fotokalender online"³⁸. Sådana webbsidor kommer inte att undersökas i denna uppsats, eftersom de inte påverkar det litterära systemet och den litterära processen utan bara agerar inom

³⁷ SOLENTRO AB (2007), "Gör en egen bok: enklaste sättet på marknaden: Solentro".
<<http://www.solentro.se>>.

³⁸ GDEB Photobooks (2004), "Gör din egen bok: Din fotobok & fotokalender online".
<<http://www.gordinegenbok.se>>.

produktions och distributionsleden mellan sig och författaren, vilken ofta är både köpare och konsument av det litterära verket. Denna studie kommer inte heller att undersöka sajter och communities som exempelvis Sockerdricka.nu³⁹ och Poeter.se⁴⁰. Där användarna kan registrera sig och ladda upp texter som både registrerade användare och ickeregistrerade användare kan läsa. Jag kommer heller inte att studera webbsidan Kapitel1⁴¹ där användarna kan lägga ut hela eller påbörjade manuskript och få dem kommenterade och betygsatta av läsarna och tävla om ett förlagskontrakt.⁴² Dessa nätsajter saknar vissa tjänster som är av intresse för denna uppsats, och som Vulkan.se som enda svenska litterära nätsajt erbjuder.

3.5 Disposition

Först kommer det en presentation av den litterära nätsajten Vulkan.se och de av sajtens underavdelningar och funktioner som är mest relevanta för denna studie: "Registrera dig", "Mitt konto", "Publicera", "Shop", "Tjänster", "Blogg", "Bloggnavet", "Pressrummet". Sedan följer den tidigare forskningen och litteraturgenomgången. Där presenteras åsikter om den tekniska utvecklingens och webbpublicerings betydelse för boken och bokmarknaden. Därefter följer analysen vilken sker med utgångspunkt i de olika leden (produktion, distribution, inplacering i värdesystem och återströmning) i Furulands modell av den litterära processen, och med stöd av den tidigare forskningen och litteraturgenomgången. Analysen presenteras på så vis som en diskussion av det empiriska materialet i ljuset av tidigare forskning, litteratur och teori. Efter analysen följer kapitlet "Slutsatser och avslutande kommentarer" där jag kopplar samman frågeställningarna med resultatet av analysen och den tidigare forskningen och litteraturen, förtydligar slutsatserna som kan dras av analysen i förhållande till Furulands modell av den litterära processen, presenterar mitt förslag till en uppdaterad, kompletterad och nyanserad modell av Furulands modell av den litterära processen, och presenterar förslag på vidare forskning. Slutligen följer en sammanfattning av uppsatsen.

³⁹ Recito (2000), "Sockerdicka.nu". <<http://www.sockerdicka.nu>>.

⁴⁰ Poeter.se (2003), "Poeter.se". <<http://www.poeter.se>>.

⁴¹ Piratförlaget AB & Kapitel 1 Förlag AB (2008), "Kapitel1". <<http://www.kapitel1.se>>.

⁴² Ibid., "Kapitel1/Hjälp/Om Kapitel 1/Vad är kapitel1?". <[http://www.kapitel1.se/info/help#Vad är Kapitel 1?>](http://www.kapitel1.se/info/help#Vad_är_Kapitel_1?>).

4 Vulkan.se

På Vulkan.se⁴³ kan vem som helst registrera sig som användare genom att fylla i användarnamn, lösenord, e-postadress och godkänna användaravtalet som reglerar villkoren för publicering, köp och försäljning. Den registrerade användaren får då tillgång till en personlig profil. Den personliga profilen finns sedan under avdelningen "Mitt Konto" och där kan användaren komplettera personuppgifter, adressuppgifter, kontouppgifter (nödvändigt för att kunna få en eventuell vinst utbetald till ett bankkonto) och en presentation (författarpresentation) som visas i "Shop" (Vulkans nätbokhandel) om en användare väljer att göra något av sina publicerade verk tillgängligt där för andra köpare. Några etablerade författare som har publicerat sig på Vulkan är Marcus Birro, Ann Ljungberg, Peter Englund, Linda Skugge, Alexander Schulman och Unni Drougge. Av dem är det bara Drougges böcker som inte finns tillgängliga i "Shop", utan hennes böcker får man beställa genom att mejla kundtjänst. Ljungberg är lektor, författare, förläggare och författarcoach. Hon har en hemsida "Ann Ljungberg Författarcoach Lektor Skrivarkurser"⁴⁴ och en blogg "Orden runt med Ann Ljungberg Författarcoach"⁴⁵, förutom författarpresentationen på Vulkan, och jag ska granska hur Ljungberg använder sig av Penns författare 2.0teori.

Vilken användare som helst kan publicera sitt verk genom sajten, så länge verket inte bryter mot reglerna i användarvillkoren vilka bland annat omfattar upphovsrättslagen och den svenska grundlagen. Det går till så att användaren loggar in och går till "Mitt Konto" och väljer alternativet "Publicera". Det går att publicera böcker, bilderböcker och almanackor med Vulkans publiceringsverktyg. Därför kan endast dessa saker göras tillgängliga och säljas i "Shop". Böcker kallas för pocket. För pocketböckerna kan användaren välja att antingen ladda upp bokens inlaga i worddokumentformat eller PDF-format. Det enda kravet är att inlagan måste vara i A5-format. För bilderböckerna kan användaren antingen ta hjälp av Vulkans bilderboksmall och/eller ladda upp enskilda sidor eller hela inlagan i PDF-format. För bokomslagen kan användaren antingen ta hjälp av Vulkans färdiga designmallar för att formge bokomslaget eller också ladda upp sitt eget bokomslag i PDF-format. En prisgenerator räknar ut priset för boken, baserat på tryckkostnaden och bokskatten. Användaren väljer sedan om hon eller han vill lägga på någon vinst, ett så kallat författarpålägg, och därmed tjäna någonting på boken. En pocketbok i A5-format kostar från 99 kronor och en e-bok från 25 kronor. Det finns särskilt framtagna logotyper som användarna kan marknadsföra sina verk med, men logotyperna finns i ett gammalt blogginlägg på Vulkanbloggen vilket gör att alla användarna kanske inte hittar dem. Det går att betala och få lektorshjälp, redaktörstjänst, korrekturläsning, ett färdigt bokomslag, sättning av inlagan, boken inbunden med klotband, ett distributionspaket, en skrivarkurs och en bokformgivningskurs. Det finns en presentation kopplad till varje bok som publiceras och görs tillgänglig i "Shop" och om användaren eller läsaren är registrerad och inloggad så kan hon eller han rekommendera, recensera, betygssätta och rapportera böckerna. Användaren väljer själv om hon eller han vill göra sin e-postadress synlig i författarpresentationen eller inte. Det går också att ha ett författarporträtt i författarpresentationen och på bokomslaget.

⁴³ Vulkanisterna AB (2007).

⁴⁴ Ljungberg, Ann (2008). Ann Ljungberg Författarcoach Lektor Skrivarkurser.

<<http://www.ordenrunt.se>>.

⁴⁵ Ljungberg, Ann (2005). Orden runt med Ann Ljungberg Författarcoach. (09 november 2005).

<<http://www.ordenrunt.blogspot.com>>.

I "Shop" finns det trettio kategorier/genrer: Annat/övrigt, antologi, barn och ungdom, bloggböcker, deckare och skräck, diktsamlingar, djur, dramatik, ekonomi, filosofi, hälsa och livsstil, historia och religion, humor, hus och trädgård, kokböcker, krönikor och artiklar, läromedel, manus, memoarer och biografier, miljö och natur, musik, resor, romaner, samhälle och politik, sci-fi och fantasy, sport och fritid, teknik, datorer, internet, vetenskap, kalendrar (almanackor) och bilderböcker. I varje kategori finns bokpresentationer. I bokpresentationerna finns en länk till författarpresentationen, författarens beskrivning av boken, en länk till ett utdrag på de första tio sidorna ur boken, en länk till en bild av bokomslaget, en bild på bokens framsida, en rekommendera, recensera och rapportera länk, samt en köpknapp för de olika format som boken är tillgänglig i. En pocketbok kan vara tillgänglig i hård pärm, pocket och e-boksformat, och en bilderbok kan vara tillgänglig i hård pärm och pocketformat. Användarna väljer vilka format de vill göra boken tillgänglig i om de publicerar den i "Shop". När en köpare beställer boken så skickas en order till Vulkan.se som skickar en beställning till tryckeriet och boken levereras till kunden med posten efter två till tre veckor. Sedan starten 2007 har det publicerats över 10 000 titlar på Vulkan.se.⁴⁶

Det finns en blogg, avdelningen heter "Blogg" och själva bloggen heter "Vulkanbloggen", där personalen på Vulkan.se har publicerat intervjuer med författarna och berättar om böckerna, där har vem som helst kunnat kommentera blogginläggen. Sedan sommaren och hösten 2009 finns det även en avdelning som kallas för "Bloggnavet" (det är en av underavdelningarna som döljer sig bakom avdelningen "Mer Vulkan"). I "Bloggnavet" verkar numera personalen på Vulkan.se publicera intervjuer med författarna och berätta om böckerna. Möjligheten att kommentera intervjuerna har tagits bort. I "Bloggnavet" kan även vissa utvalda registrerade användare logga in och skriva blogginlägg. Dessa blogginlägg kan kommenteras och delas i sociala medier. Den som kommenterar ett blogginlägg behöver inte fylla i vare sig namn eller e-postadress så kommentaren blir helt anonym. En avdelning i "Bloggnavet" heter "Vulkan rekommenderar" och där marknadsförs vissa böcker med länkar till böckernas och författarnas presentationer och respektive kategori/genre i "Shop". Det har funnits ett användarforum där både registrerade och ickeregistrerade Vulkananvändare kunde diskutera, men forumet lades ner.

Därutöver finns det bland annat listor över de senaste publicerade och mest sålda böckerna, samt ett pressrum (en av underavdelningarna till avdelningen "Mer Vulkan") där pressmeddelanden om Vulkan.se publiceras. Vulkan.se är en stor litterär nätsajt som växer och utvecklas. Alla avdelningarna är inte relevanta för denna studie och jag tror att jag nu har presenterat de viktigaste.

⁴⁶ Vulkanisterna AB (2009). Vulkan.se har nu 10.000 titlar!

<<http://www.vulkanmedia.se/pressrum/vulkanse-har-nu-10000-titlar>>. Vulkanisterna AB (2009). Pressinfo Vulkan aug/september 2009-08-20.<<http://www.vulkanmedia.se/pressrum/pressinfo-vulkan-augseptember-2009-08-20>>.

5 Tidigare forskning och litteraturgenomgång

I detta kapitel ska den tidigare forskningen och litteraturgenomgången presenteras. Först ska Svedjedals definition av förläggare och förläggarens uppgifter presenteras, sedan följer Jessica Johanssons åsikter om tendenser till utveckling inom förlagsbranschen där elektronisk publicering och e-bokens betydelse för förlagsbranschen och författarna diskuteras. Därefter presenteras Yrlids åsikter om självpublicering i bokmarknadens historia med "Författares Bokmaskin" som ett exempel på att publicera på eget förlag. Vidare nämns Peter Seipels åsikter om upphovsrättens viktiga roll i samband med den tekniska utvecklingen och Internets utveckling. Sedan följer Geoffrey Nunbergs, Per I Gedins och Krister Gidlunds resonemang om print-on-demand och annan teknisk utveckling. Där Nunberg och Gedin har åsikter om hur den tekniska utvecklingen och print-on-demand kan påverka bokmarknaden och Gidlund har åsikter om hur print-on-demand underlättar självpubliceringen för författare som vill ge ut böcker på eget förlag och ta hjälp av distributionsföretag för att distribuera böckerna. Därefter presenteras Svedjedals och Erik Peurells åsikter om effekterna av print-on-demand och Internetpublicering, där Peurell anser att print-on-demand är ett komplement till den traditionella bokmarknaden istället för ett hot, och Svedjedal menar att Internetpubliceringen tar sig olika uttryck beroende på om tyngdpunkten ligger på tillverkning, marknadsföring eller publicering. Vidare följer Svedjedals resonemang om böcker och e-böcker, där han definierar skillnaderna och likheterna mellan den traditionellt tryckta boken och e-boken. Därefter presenteras Camilla Smiths & Annika Zachrissons och Veronica Johanssons åsikter om attityder till webbpublicering där Smith & Zachrisson resonerar om att förlagen bara använder elektronisk publicering av skönlitteratur för att marknadsföra böcker som redan säljer bra och att det inte finns någon efterfrågan på e-böcker, medan Johansson hävdar att elektronisk publicering inte används i någon större utsträckning för publicering, försäljning och läsning av skönlitteratur. Slutligen följer Joanna Penns resonemang om "författare 2.0" där författaren använder webb 2.0-verktyg för att bygga sig en plattform på Internet och skaffa sig läsare, publicera och sälja böcker och kanske bli uppmärksammad av traditionella förlag.

5.1 Förläggare och tendenser till utveckling inom förlagsbranschen

Svedjedal skriver att förlagsredaktörerna läser och bearbetar manuskript, medan förläggaren är förlagschef och sköter administrationen.⁴⁷ Svedjedal liknar förläggaren vid en dörrvakt som dock inte bara öppnar och stänger dörren, utan också fungerar som "en lärare och smakledare".⁴⁸ Det är förläggarens uppdrag att i första hand släppa in de författare som uppfyller vissa krav som "stilist, berättare och tänkare"⁴⁹, och avvisa de andra. Svedjedal jämför refuserade författare med gäster som inte släpps in för att de har fel klädsel:

Den som blir avvisad prövar att komma klädd på annat sätt nästa gång; den som blir refuserad av ett förlag prövar att skriva annorlunda i nästa bok – eller prövar med ett annat

⁴⁷ Svedjedal, Johan 1994. *Författare och förläggare*, s. 11.

⁴⁸ *Ibid.*, s. 12.

⁴⁹ *Ibid.*, s. 12-13.

förlag. Genom att avvisa och släppa in lär dörrvakten ut de regler man måste följa. Och författarna lär sig hur man gör – efter konstens alla regler.⁵⁰

Alternativet till att erbjuda manuset till ett förlag, är att publicera manuset själv, ett alternativ som dock kan vara kontroversiellt. I Jessica Johanssons magisteruppsats *Förlagsbranschen i en dynamisk förändringsprocess: En kvalitativ undersökning av tendenser till utveckling inom förlagsbranschen* från 2001 så har Johansson bland annat undersökt respondenternas åsikter om elektronisk publicering och andra förlagsrelaterade tekniker. Det hävdas att förlagen må vara konservativa men de försöker ändå att anpassa sig till den tekniska utvecklingen, exempelvis genom att och arbeta med e-boksutgivningen och lägga ut böcker för nedladdning, i väntan på att e-boksläsaren ska bli tillgänglig i Sverige.⁵¹ Somliga tror att 2009 blir året då storsäljande författare överger de traditionella förlagen och säljer direkt till läsarna via Internet och att den traditionella boken kommer att vara ett museiföremål 2020, somliga tror att det bara är tidtabeller, kataloger, läroböcker och fackböcker som kommer att gynnas av e-boksformatet och att e-boken inte är något hot mot den traditionella boken.⁵²

Varken e-boken eller Internet antas utgöra något hot mot förlagen eftersom respondenterna anser att författarna är beroende av förlagen för att kunna göra karriär. Internet är en plats där gratis smakprov av böcker kan läggas ut för att locka läsare att köpa den tryckta boken och Internet kan även vara ett alternativ för den författare som skriver en bok som har undermåliga kvalitéer eller har ett för kontroversiellt innehåll för ett traditionellt förlag. Författarna kan dock inte göra någon karriär genom att publicera sig på Internet, eftersom de inte får någon ersättning och riskerar att få upphovsrätten kränkt. Om någon okänd författare skulle lägga ut boken på Internet så skulle det vara mycket svårt för läsarna att hitta boken, och det skulle bli alltför dyrt för läsarna att skriva ut en tjock bok i A4-format till exempel. Utgivningsprocessen kommer fortfarande att vara kostsam och proceduren med marknadsföring av böckerna kommer fortfarande att kräva specialistkunskaper. Därför antas författarna inte ha råd att ge ut böckerna på egen hand och inte klara av att marknadsföra böckerna på egen hand. E-boken och Internet förväntas öka antalet publicerade texter på Internet, vilket uppges vara ett problem eftersom det redan publiceras alldeles för många texter på Internet. Det kan dock stärka förlagens roll som en garantistämpel, eftersom förlagen värnar om böckernas kvalitéer. De stora förlagen antas kunna erbjuda referenslitteratur, klassiker och handböcker i e-boksform, medan de renodlade e-boksförlagen kommer att erbjuda ett utbud av "överdådig kvantitet och undermålig kvalitet".⁵³

5.2 Självpublicering

Yrliid, skriver i *Litteraturens villkor* från 1998 att det egna förlaget har varit vanligt fram till mitten av 1800-talet, även om det sedan har minskat i betydelse.⁵⁴ Han skriver vidare att det traditionella tryckförfarandet gjorde att det blev dyrt att framställa en bok. Den tekniska utvecklingen med stencilering och offsettryck gjorde det möjligt för författarna att framställa boken billigare genom att göra mer av framställningsarbetet

⁵⁰ Ibid.

⁵¹ Johansson, Jessica *Förlagsbranschen i en dynamisk förändringsprocess: En kvalitativ undersökning av tendenser till utveckling inom förlagsbranschen*, s. 46.

⁵² Ibid., s. 47.

⁵³ Ibid., s. 48-49

⁵⁴ Yrliid, Rolf 1998. *Litteraturens villkor*, s. 56-57.

själva. "Författares Bokmaskin"⁵⁵ lät författaren själv skriva ut originalet, montera och binda boken. Det var bara fotosättning och tryckning som författaren fick betala för.⁵⁶

Den tekniska utvecklingen, stencileringen och offsettrycket var faktorer som påverkade författarna och samspelet gjorde det möjligt för dem att genom "Författares Bokmaskin" förändra bokmarknaden gentemot förlagen och de andra institutionerna. Internets utveckling och den utökade Internetanvändningen är två faktorer som påverkar både skrivandet och samhället. Seipel, professor i rättsinformatik,⁵⁷ skriver i artikeln "Juridiska aspekter på Internet" 2009 om hur viktig upphovsrättens roll har blivit i och med Internets funktion som distributionskanal för "text, bild och musik"⁵⁸ och problematiken med olaglig fildelning. Internet har skapat nya möjligheter till kommunikation, publicering och distribution med hjälp av hemsidor,⁵⁹ webbsidor,⁶⁰ webbplatser⁶¹ och bloggar.⁶² Det är enkelt för privatpersoner att publicera texter på hemsidor och bloggar. Internet är en av förutsättningarna för den elektroniska publiceringen och de litterära nätsajterna som nu kan förändra det litterära systemet.

5.3 Print-on-demand och annan teknisk utveckling

Nunberg, forskare vid Xerox Palo Alto Research Center och konsulterande Associate Professor of Linguistics vid Stanford University⁶³, skriver i "Böckernas plats i den elektroniska reproduktionens tidsålder" 1998:

Det är uppenbart att ny teknik kommer att få [sic!] effekt på boken och de institutioner som omger den. [...] de flesta böcker kommer troligen att ersättas av elektroniska återgivningar i en nära framtid.⁶⁴

Den nya tekniken och boken är två faktorer vars samspel påverkar institutionerna som omger boken, vilket resulterar i en förändrad situation på bokmarknaden. De böcker och dokument som Nunberg syftar på är trycksaker som exempelvis kataloger, rapporter, broschyrer, tidtabeller och turlistor. Nunberg menar att dessa dokument "utseende som

⁵⁵ "Bokmaskinen skulle vara en central för offsetproduktion av böcker med skönlitterär karaktär. [...] Utgivningen sker efter principen eget förlag[.]", *ibid.* s. 57.

⁵⁶ *Ibid.*

⁵⁷ Seipel, Peter 2009. "Peter Seipel" 2009-11-09.

<http://www.juridicum.su.se/iri/organisation/Peter_Seipel/>.

⁵⁸ Seipel, Peter 2009. "Juridiska aspekter på Internet" ingår i "Internet" Sundblad, Yngve.

Nationalencyklopedin 2009-07-11. <<http://www.ne.se/lang/internet>>.

⁵⁹ Hemsida = "ingångssida, startsida, i datorsammanhang vanligen startpunkt eller förstasida för en persons eller organisations webbsidor. I allmänhet är hemsidan ett grafiskt utformat dokument som utgör ansiktet utåt mot Internet. Från hemsidan utgår oftast länkar till andra sidor eller tjänster som man vill fästa besökarens uppmärksamhet på. *Nationalencyklopedin*, <<http://www.ne.se/lang/hemsida>>.

⁶⁰ Webbsida = "informationsmängd på en webbplats som man kan nå utan att gå vidare via en länk."

Nationalencyklopedin, <<http://www.ne.se/sve/webbsida>>.

⁶¹ Webbplats = "webbplats, sajt, presentationen av t.ex. ett visst ämne, en viss organisations eller persons verksamhet eller ett visst företags tjänster och varor på World Wide Web. Från en startsida (hemsida) länkas användaren vanligen till andra sidor." *Nationalencyklopedin*,

<<http://www.ne.se/lang/webbplats>>.

⁶² Jansson, André, "Blogg". *Nationalencyklopedin*, <<http://www.ne.se/lang/blogg>>. [2009-12-01]. Blogg = "blogg (av engelska weblog och svenska weblogg), personlig och öppen dagbok eller logg på webben. En typisk blogg består av regelbundna skriftliga inlägg med personligt hållna iakttagelser och synpunkter på dagsaktuella händelser, vanligtvis med länkar till relaterade webbsidor, artiklar och bloggar samt ibland med bilder och/eller videor. Varje blogginslag har datumangivelse och bloggarens läsare har möjlighet att publicera kommentarer i anslutning till dessa."

⁶³ Björkman, Margareta (red.) 1998. *Böcker och bibliotek: bokhistoriska texter*, s. 8.

⁶⁴ Nunberg, Geoffrey 1998. "Böckernas plats i den elektroniska reproduktionens tidsålder" ingår i Björkman, Margareta s. 267.

just böcker oftast har att göra med presentationens och spridningens praktiska krav och den tillgängliga teknikens begränsningar”⁶⁵.

Detta skrevs 1998 och idag 2009 har det blivit allt vanligare att de dokument som Nunberg nämner finns både som tryckta och elektroniska dokument, även om företagen ofta försöker att minska de tryckta upplagorna till förmån för de elektroniska för att spara på pappret och miljön. Nunberg jämför visionen om det boklösa biblioteket med det papperslösa kontoret och hävdar att båda är lika osannolika.⁶⁶ När det gäller förlagsverksamhetens framtid finns det däremot konkreta förändringar enligt Nunberg. Han talar om digitala tryckpressar vilka gör det möjligt att trycka upp exemplar av elektroniskt lagrade dokument och distribuera dem elektroniskt, vilket ger användarna möjlighet att läsa texterna på skärmen eller skicka dem till en lokal skrivare där användaren kan få texten utskrivet och sammanbunden.

Gedin är bokförläggare på Gedins förlag och har god insikt i förlagsvärldens utveckling. I boken *Litteraturen i verkligheten: Om bokmarknadens historia och framtid* från 1997 analyserar Gedin den svenska och internationella bokmarknadens framväxt och utveckling. Han konstaterar att print-on-demandtekniken revolutionerar bokframställningen på flera plan.⁶⁷ Priset för böckerna blir detsamma oavsett hur många exemplar som trycks och förlaget behöver inte trycka upp några böcker förrän de beställs, vilket gör att det inte blir några osålda upplagor liggande och det förbättrar förlagsekonomin. Distributionen kan det också sparas in på enligt Gedin:

Istället för att trycka hela upplagan på en plats i landet, kan man per dator sända boken till önskad plats, där en dator on-line tillverkar det önskade antalet exemplar. I en inte alltför avlägsen framtid kan man t.o.m. tänka sig att trycka boken på försäljningsstället. I bokhandeln eller den lokala distributions- och tryckcentralen kommer det att finnas både en informationsdator och en produktionsdator där man först kan informera sig om den bok man söker och sedan få den producerad, tryckt och inbunden på några minuter.⁶⁸

Gedin hävdar att när förlagen inte behöver lagra böckerna fysiskt utan förvarar dem i produktionsdatorn och kostnaden för exemplaren blir lägre så blir böckerna tillgängliga för en överskådlig framtid och förlagen kan göra klassiker tillgängliga på disketter till exempel. Vidare anser Gedin att bokmarknaden förändras så att förlagen ägnar sig åt redaktionsarbetet, medan olika specialister får ta hand om distribution, marknadsföring och produktion. Inte bara förlaget utan även bokhandeln kan minska lagren och även priset på de böcker som kan göras tillgängliga omedelbart oavsett om de tillhör de mest efterfrågade eller inte. Gedin tror att vissa förlag kommer att behålla stordriften och producera internationella bästsäljare, uppslagsböcker, vissa fackböcker, läroböcker och liknande i mycket stora upplagor. Det kommer att bli en uppdelning mellan förlagen, enligt Gedin:

Förlagen kommer att delas i två huvudsakliga kategorier. De stora – mycket stora – förlagen som producerar böcker i stora upplagor, och där boken på papper bara är den del av produktionen. Dessa förlag kommer att producera i s.k. multimedia – papper, disketter, CD-skivor, CD-ROM, etc. Bredvid dessa kommer små förlag att enbart producera den traditionella boken i digitala pressar, där de äger ett lager av original för bokframställning i diskettform.⁶⁹

För att sammanfatta så förändrar print-on-demandtekniken förlagens och bokhandlarnas verksamhet genom samspelet mellan faktorerna: Samma pris på böckerna oavsett

⁶⁵ Ibid.

⁶⁶ Ibid., s. 273.

⁶⁷ Gedin, Per I 1997. *Litteraturen i verkligheten: Om bokmarknadens historia och framtid*, s. 226f.

⁶⁸ Ibid., s. 227.

⁶⁹ Ibid.

storleken på den tryckta upplagan, förenklad tryckning och distribution, minskad lagerhållning och ökad tillgänglighet till böckerna. Resultatet blir dels en förändrad uppdelning i arbetet med böckerna där förlagen arbetar med redaktionsarbetet och andra aktörer med produktionen, marknadsföringen och distributionen, dels en uppdelning av bokmarknaden mellan mycket stora förlag och små förlag, där de stora förlagen producerar både traditionella böcker och multimedia och de små förlagen enbart producerar den traditionella boken med hjälp av print-on-demandteknik. Den förändrade situationen på bokmarknaden påverkar inte bara samspelet mellan förlagen och bokhandlarna utan också samspelet mellan författarna, förlagen och bokhandlarna. Print-on-demandteknikens påverkan på faktorerna pris, tryckning och distribution resulterar i att egenutgivningens möjligheter blir större och billigare. Författarna kan samspela direkt med bokhandlarna och distributörerna utan att behöva gå genom förlagen.

Gidlund är förläggare och ägare på Gidlunds förlag. I *Släpp skrivandet loss! Bokutgivningens nya villkor* från 2006 skriver han att print-on-demand ger användarna möjlighet att bli egenutgivare utan att behöva få ”garaget belamrat av osålda romaner”.⁷⁰ Gidlund har tagit två distributionsföretag som exempel på hur egenutgivaren kan få hjälp med att ”sprida information om titeln till bokhandeln, såväl den traditionella som internetbokhandeln”.⁷¹ Egenutgivaren kan på det viset få veta om bokhandeln är intresserad av att sälja boken och i så fall får utgivaren skicka ut och fakturera den sålda boken. Kostnaderna för registrering, uppläggning, underhåll, lagerhållning, distribution och fakturering gör att det inte blir så mycket kvar av vinsten efter försäljningen.⁷² Distributörens internetkatalog är en väg in i bokhandeln, enligt Gidlund. Han tipsar också om att utgivaren kan besöka bokhandeln och be att få sin bok uppställd i hyllorna mot att erbjuda bokhandeln returrätt och betalning i efterskott. För att få in boken på biblioteken måste utgivaren gå via Bibliotekstjänst:

[S]ända ett par ex tillsammans med en blankett till Bibliotekstjänst (BTJ) i Lund. BTJ skickar ut boken till en recensent och efter några veckor publiceras anmälan i ett häfte som sänds till alla bibliotek, som utifrån recensionen gör en kollektiv beställning, som sedan sänds till utgivaren. BTJ svarar för utskicket till de olika biblioteken. Man bör dock vara klar över att BTJ inte tar emot böcker av alltför snävt eller lokalt intresse.⁷³

Gidlund rekommenderar att utgivaren skickar ett följebrev med recensionsexemplaren av boken till kulturredaktionen på tidningar, tidskrifter och andra media som kan tänkas vara relevanta för bokens ämnesområde. Han lyfter fram risken för att boken blir orecenserad, vilket drabbar många böcker, men han poängterar också att om boken har ett uttalat lokalt intresse så kan den uppmärksammas i lokalpressen. Utgivarens egna insatser för att marknadsföra boken ska dock inte underskattas, och Gidlund pekar på storförlagen som utnyttjar författarna vid lanseringen av nya titlar och han menar att det fungerar även på mindre marknader.

Print-on-demandtekniken gör således egenutgivningen billigare genom att författaren inte behöver trycka upp stora upplagor av böckerna ifall det inte finns någon efterfrågan på dem. Faktorerna print-on-demand och pris påverkar boken och samspelet mellan författaren, tryckeriet och köparna. Marknadsföringen tycks vara den faktor som har påverkats minst av print-on-demandtekniken, och fortfarande är mest beroende av författarens egna insatser eller samspel med kulturredaktörer eller Bibliotekstjänst.

⁷⁰ Gidlund, Krister 2006. *Släpp skrivandet loss! Bokutgivningens nya villkor*, s. 132, 136.

⁷¹ *Ibid.*, s. 136.

⁷² *Ibid.*, s. 137.

⁷³ *Ibid.*

Print-on-demandtekniken samspelar med både Internet, kulturpolitiken, demokratin, bokförlagen, redan etablerade författare och potentiella författare, vilket resulterar i en förändrad bokmarknad. I nästa kapitel ska effekterna av den nya tekniska utvecklingen, Internet och print-on-demandtekniken utöver dess påverkan på produktion, tryckning, lagerhållning, distribution och egenutgivning granskas.

5.4 Effekter av print-on-demand och Internetpublicering

Peurell, fil.dr. i litteraturvetenskap, har i sin studie från 2000 jämfört fem svenska print-on-demandprojekt.⁷⁴ Han anser att print-on-demand inte är något hot mot den traditionella bokmarknaden utan snarare ett komplement, en möjlighet att ge ut slutsålda titlar på nytt och att publicera tidigare utgivna titlar. Två effekter av print-on-demand som Peurell lyfter fram är exempelvis behovet av att utbilda författarna i ordbehandling och att marknadsföra det litterära materialet så att kunderna hittar det eller kan beställa det.⁷⁵

Peurell skriver att print-on-demand kan användas kulturpolitiskt för att digitalisera litteraturen och göra den tillgänglig, garantera yttrandefriheten och stärka litteraturens roll i utbildningen. En annan demokratisk möjlighet är att digitalisera och tillgängliggöra litteratur som är förbjuden i vissa länder. Peurell konstaterar att de som använder sig av print-on-demand har svårt att sprida texterna med hjälp av traditionell publicering eller inte är i behov av den traditionella publiceringen för att uppnå sina syften. Peurell hävdar att författare med litterära ambitioner kommer att fortsätta vända sig till traditionell publicering så länge som print-on-demand inte publicerar välkända författare och inte betalar några författararvoden.⁷⁶

Svedjedal har en liknande uppfattning när han i sin studie från 2000 granskar den skönlitterära publiceringen på Internet och anser att de flesta som publicerar eget litterärt material på Internet i Sverige måste beskrivas som amatörer i den meningen att majoriteten inte är professionella författare och att de flesta inte har blivit publicerade i pappersform som tidningar eller böcker.⁷⁷

Peurell menar att skönlitterära läsare kommer att fortsätta köpa traditionellt publicerade böcker så länge print-on-demandpublicerade böcker inte blir märkbart billigare och får ett större utbud.⁷⁸

För att göra en första sammanfattning av print-on-demandteknikens effekter och påverkan på bokmarknaden så utgör print-on-demandteknikens samspel med förlagen, författarna och kulturpolitiken inte något hot mot den traditionella bokmarknaden, utan den utgör istället ett komplement. Förlagen kan ge ut tidigare utgivna titlar och slutsålda titlar på nytt. Litteraturen kan digitaliseras och göras tillgänglig vilket garanterar yttrandefriheten och stärker litteraturens roll i utbildningen. Digitalisera och tillgängliggöra förbjuden litteratur bidrar till att stärka demokratin. Digitalisera och tillgängliggöra litteratur på immigrantspråk kan till exempel gynna kulturen och bokmarknaden eftersom förlagen inte har råd att publicera immigrantspråklig litteratur i

⁷⁴ Peurell, Erik 2000. *Users and producers on line: Producing, marketing and reading Swedish literature using digital technology*, s. 121.

⁷⁵ Ibid., s. 135f.

⁷⁶ Ibid., s. 137-140.

⁷⁷ Svedjedal, 2000, s. 135.

⁷⁸ Peurell 2000, s. 140-141.

tillräcklig utsträckning. Print-on-demandtekniken och Internet påverkar dock bokproduktionen så att författarnas roll förändras vilket resulterar i ett behov av utbildning i ordbehandling och marknadsföring av litteratur. Detta kan resultera i att författarna och läsarna föredrar den traditionella bokmarknaden och de traditionella förlagen tills print-on-demand kan påverka faktorer som författararvoden och kändisskap vilket skulle resultera i att gränserna mellan den traditionella bokmarknaden och den nya bokmarknaden och traditionella förlag och print-on-demandförlag suddades ut.

Svedjedal pekar på den traditionella publiceringens kvalitetskontroll i olika steg och hur den bidrar till att göra bokskrivandet dyrt och långdraget, medan print-on-demand möjliggör olika kombinationer av de professionella funktionerna som den traditionella publiceringen erbjuder. Svedjedal skriver att det mest typiska är att författaren agerar både förläggare, tillverkare och distributör när han eller hon offentliggör verk på Internet genom att förvara det på en server som länkas till andra datorer. Svedjedal skriver att det finns nya sorters skrivare, förläggare och bokförsäljare på Internet, print-on-demandföretag, sidor som erbjuder fri publicering åt alla och virtuella bokhandlar som säljer direkt via e-post.⁷⁹

Vidare hävdar Svedjedal att med den digitala utvecklingen tar sig publiceringen olika uttryck beroende på om tyngdpunkten ligger på tillverkning, marknadsföring eller publicering. Svedjedal ger exempel på de tre sätten. Ett sätt är att använda digital teknologi för att tillverka tryckta böcker, exempelvis digitaltryck. Ett annat sätt är att använda Internet som en ny kanal för att marknadsföra tryckta böcker, exempelvis publicera reklam, försäljningsmaterial och kanske böcker direkt till konsumenten. En tredje metod är att publicera verk direkt i digital form på Internet eller en cd-romskiva.

Svedjedal konstaterar att några av dem som publicerar litteratur på Internet kan vara aspiranter och vilja skapa en litterär karriär genom att använda Internet som en språngbräda för att bli tryckta, men de flesta tycks ha andra syften med skrivandet och leker med litterära genrer, uttrycker sig själva, briljerar med sin lingvistiska händighet, försöker att glömma misslyckade romanser och så vidare. Det resulterar i att cyberrymden översvämmas med poem, noveller, till och med romaner, skrivna av författare som är okända för den bokläsande allmänheten. Svedjedal skriver att för en litteraturkännare kan verken tyckas sakna litterära meriter eftersom de saknar konstnärliga uttryck som inledande metaforer, överraskande rim eller sofistikerade berättarstrukturer. De flesta verken skulle förmodligen förbli opublicerade i den tryckta världen, många ger känslan av att ha blivit refuserade av stora förlag. På många sätt tycks verken ha brister i form, innehåll och originalitet. Svedjedal anser dock att den litterära formen spelar mindre roll och att litteraturen är viktigare som uttrycksform och kommunikationsmedel för så många människor.⁸⁰

Enligt Svedjedal är många av de svenska verken publicerade på hemsidor eller personliga webbsidor. Det vanligaste är att en ung person beskriver sig själv genom att använda fotografier och en kort biografi, erbjuder länkar till andra favoritdomäner och kastar in några poem eller en novell. Huvudsyftet verkar vara att uttrycka den personliga individualismen genom att använda litteraturen som en av många metoder.⁸¹ Svedjedal skriver att många författare har större litterära ambitioner, och på somliga

⁷⁹ Svedjedal 2000, s. 133f.

⁸⁰ Ibid., s. 136.

⁸¹ Ibid., s. 136-137.

hemsidor och personliga webbsidor dominerar det litterära materialet i form av e-böcker som är länkade till innehållsförteckningar. Det är litteratur som aldrig har passerat den traditionella marknaden och kan ses som en alternativ litteratur, men att fly de traditionella litterära institutionerna innebär att kontakten med publiken går förlorad. Det är lätt och billigt att bli publicerad, men svårt att bli sedd i överflödet av information. Därför bildas ”publiceringsinstitutioner” som i de flesta fall är icke kommersiella och publicerar allting med argumentet att få läsare på Internet är beredda att betala för att få läsa. Publicerarna publicerar gärna allt de får, men utan att redigera det.⁸²

För att göra en andra sammanfattning av print-on-demandteknikens och Internets effekter och påverkan på bokmarknaden så kan print-on-demands och Internets samspel minska de dyra kostnaderna och den långa väntetiden som förlagens kvalitetskontroll innebär. För författarens del innebär samspelet mellan Internet och print-on-demand att författaren kan bli både förläggare, tillverkare och distributör. Print-on-demandföretag kan samspela med tekniken, författarna och bokköparna och erbjuda fri publicering på Internet och virtuella bokhandlar. Den digitala utvecklingen och bokproduktionens samspel påverkar publiceringen med avseende på produktion, marknadsföring och publicering, vilket resulterar i exempelvis digitaltryck, marknadsföring och distribution på Internet, samt publicering på Internet och cd-romskivor. Samspelet mellan Internet och författarna påverkar publiceringen av litteraturen, vilket resulterar i att många okända och unga amatörförfattare publicerar sig på Internet. Litteraturen blir ett av många olika uttrycksmedel och saknar de professionella litterära kvalitéer som återfinns på den traditionella bokmarknaden. Det blir svårt att hitta litteraturen bland allt annat material på Internet och kontakten med den traditionella bokmarknadens läsare riskerar att förloras. Samspelet mellan amatörförfattarna och Internet påverkar institutionerna i form av icke kommersiella publiceringssajter, vilket resulterar i att mycket litteratur publiceras gratis och utan redigering eftersom läsarna inte anses vara beredda att betala för litteraturen som publiceras på Internet.

5.5 Böcker och e-böcker

Svedjedal skriver i studien från 2000 att Internet är ett gigantiskt system av sidor för publicering av bilder, ljud och det skrivna ordet.⁸³ Han anser att stora delar av nätet fungerar som böcker eller tidningar, och att det är irrelevant huruvida materialet är publicerat en gång för alla eller uppdateras periodiskt, eftersom det viktiga är att Internet är ett medium för det skrivna ordets offentliga uttryck. Svedjedal menar att litteratursamhället står inför en ny utmaning, en mediarevolution med ett inflytande på kommunikationerna som gör att det kan placeras in någonstans mellan uppfinnandet av reseskrivmaskinen och teveutsändningarna.⁸⁴ Han definierar den traditionella boken som en portabel bärare av text som finns tryckt på sidor eller häftade pappersark, vilka är samlade i inbundna volymer med bokomslag. Bokens budskap förs fram genom ett eller två konstnärliga uttryck, ord och bilder. I egenskap av fysiskt objekt väddar boken till många av våra sinnen med text, lukt och ljud. Svedjedal menar att många elektroniska dokumentbärare är kapabla att förmedla multimedia och ändå använder de färre uttryck än den traditionella boken och förmedlar text i egenskap av det talade, eller sjungna ordet. Teve, film, cd-romskivor och Internet förmedlar typografisk text, genom

⁸² Ibid.

⁸³ Svedjedal, Johan 2000. *The literary web: Literature and Publishing in the Age of Digital Production: A Study in the Sociology of Literature*, s. 95.

⁸⁴ Ibid., s. 95-97.

läsande, lyssnande och tittande. Radio, film, cd-romskivor och Internetdokument har olika egenskaper, och även om många av dem gör anspråk på att vara multimediala så är de begränsade av att bära tillfällig och följdriktig text. Det innebär enligt Svedjedal att förläggare och redaktörer är mest kompetenta när det gäller följdriktig typografisk text och bilder, medan deras erfarenheter av att arbeta med ljud och rörliga bilder kan vara mer begränsade. Svedjedal hävdar att den tryckta boken inte är gjord för att betraktas utan för att läsas, och därför är texten utformad för att bli nästan osynlig och inte dra någon uppmärksamhet till själva bokstäverna.⁸⁵ Genom den digitala utvecklingen får läsarna möjlighet att ändra textens storlek, stil, färg och bakgrundsfärg och texten hamnar i fokus som just text. Läsbarheten är fortfarande viktigast och det är lättast att läsa svart text mot vit bakgrund, vilket kanske kan förklara varför elektroniska böcker utformas som traditionella böcker med text som presenteras på sidor på en slags skärm.⁸⁶ Enligt Svedjedal är det utmärkande för de elektroniska böckerna att de är nedladdningsbara, det går att söka i texten, ta med sig böckerna och läsa dem i mörker.⁸⁷ De kan dock inte förmedla multimedia som ljud och bilder och saknar den traditionella bokens egenskaper som kan vädja till läsarens sinnen.

5.6 Attityder till webbpublicering

Jag har tidigare nämnt att det finns en lucka i forskningen vad gäller webbpubliceringen med de litterära nätsajternas påverkan på det litterära systemet, vilket delvis beror på att utvecklingen går snabbt framåt på området. Ett exempel på två studier som direkt rör området webbpublicering, elektronisk publicering, är Smith & Zachrissons magisteruppsats *Skönlitteraturens nya kläder? Elektronisk publicering av skönlitteratur: en kvalitativ intervjustudie med nio svenska förlag och fyra övriga aktörer på det litterära fältet* och Veronica Johanssons magisteruppsats *Bättre en bok i handen än tio på nätet? En studie av författares och förlags attityder till elektronisk publicering av skönlitteratur*. Smith & Zachrisson skrev sin uppsats 2000. De konstaterade att de traditionella förlagen mest använde elektronisk publicering till att marknadsföra sig och någon enstaka kommersiell produkt, annars lade de mest ut enstaka kapitel och kringinformation för att locka läsarna att köpa den tryckta boken. Nya aktörer hade däremot satsat mer på att publicera e-böcker, men hade inte fått något gensvar från läsarna. Vidare hävdade de etablerade förlagen att print-on-demand och elektronisk publicering inte påverkade förlagens kostnader nämnvärt eftersom tryckkostnaden inte var den största kostnaden i arbetet med boken, utan att redigering och marknadsföring krävde mer pengar och dessa kostnader kvarstod trots den tekniska utvecklingen. Möjligheten att alltid ha alla utgivna böcker tillgängliga i elektroniskt format i ett digitalt fulltextarkiv uppskattades inte heller med motiveringen att det inte finns hur mycket medialt exponeringsutrymme som helst, och det finns vissa perioder i ett författarskap då en lansering lönar sig mer än under andra perioder. De traditionella förlagen valde därför att inte använda elektronisk publicering för att publicera flera debutanter utan att istället satsa på de etablerade författarna som redan sålde bra.⁸⁸

Johansson skrev *Elektronisk publicering av skönlitteratur: en kvalitativ intervjustudie med nio svenska förlag och fyra andra aktörer på det litterära fältet* 2002. I inledningen till uppsatsen skriver hon att elektronisk publicering inte har använts i någon större

⁸⁵ Ibid., s. 98.

⁸⁶ Ibid., s. 99.

⁸⁷ Ibid., s. 100.

⁸⁸ Smith, Camilla & Zachrisson, Annika (2000). *Skönlitteraturens nya kläder? Elektronisk publicering av skönlitteratur: en kvalitativ intervjustudie med nio svenska förlag och fyra övriga aktörer på det litterära fältet*, s. 84.

utsträckning för distribution, läsning eller försäljning av skönlitteratur, och att intresset ”bland etablerade aktörer inom det skönlitterära området beskrivs följaktligen också av många som svagt”.⁸⁹ Johansson konstaterade att den tidigare forskningen främst fokuserade på intresset för elektronisk publicering bland den vetenskapliga och akademiska publiceringen. De problem som lyftes fram i den tidigare forskningen var copyrightproblem och bevarandenaspekter. Enligt Johansson var det amatörförfattare och hobbyskribenter som använde Internet för egenpublicering av manuskript i olika litterära genrer. Johansson hävdade att bokbranschen använde Internet som en kanal för reklam och marknadsföring och ingen vågade sia om framtiden för den skönlitterära branschen och elektronisk publicering av skönlitteratur. Detta ville Johansson ändra på genom att studera några viktiga komponenter ämnet elektronisk publicering av skönlitteratur. I problemavgränsningskapitlet beslutar sig Johansson för att fokusera på aktörerna författare och förlag i undersökningen.⁹⁰ Johanssons resultat visade att:

De positiva attityderna gentemot elektronisk publicering av skönlitteratur bland både författare och förlag i urvalet faller tillbaka på termer som kan klassas som ekonomiska och marknadsinriktade: reklammöjligheter, ökad tillgänglighet, förbättrad service, uppfyllande av marknadsefterfrågan och förbättrad konkurrenskraft.⁹¹

På dessa punkter konstaterade Johansson att författarna och förläggarna var överens. Enligt Johansson kände både författare och förlag osäkerhet inför elektronisk publicering och Johansson trodde att det berodde på att författarna och förläggarna inte hade provat på att använda tekniken eller kände någon som hade gjort det. Johansson konstaterade att det dock inte var tekniken och osäkerheten kring den som var den centrala problematiken, utan det var ”den olösta elektroniska rättighetsfrågan, avtalen, ersättningarna och copyrighten”⁹². Johansson tror att problemet kan lösas genom att undersöka aktörernas attityder och öka kunskapen om dessa. Hon menar att tekniken för elektronisk publicering finns tillgänglig, men frågan är vad den ska användas till och vem som vill använda den? Frågan kan tyckas vara tidstypisk eftersom uppsatsen skrevs 2002 när den elektroniska publiceringen mest användes av så kallade hobbyamatörer och förlag som ville marknadsföra befintliga storsäljare. Intresset för webbpublicering som medium för skönlitteraturen har ökat sedan Johansson skrev sin uppsats. Utvecklingen med webbpublicering och sociala medier som webbsidor, bloggar och communities har ändrat situationen för förlagen och författarna.

5.7 Författare 2.0

Penn är en brittisk författare, talare och affärskonsult med verksamhet i Australien, hon bloggar på bloggen "The Creative Penn".⁹³ Penn har bland annat skrivit boken *Author 2.0 Blueprint*, en gratis e-bok och resurs som ska hjälpa människor att skriva, publicera, sälja och marknadsföra böcker med hjälp av Web 2.0-verktyg. Penn har även en betalkurs med samma namn som boken. Kursen behandlar ämnen som exempelvis bloggande, podcasting, bokvideor, Amazon, bokförsäljning och e-böcker. *Author 2.0 Blueprint* är skriven 2008 och kan därför visa på tendenser som är aktuella nu 2009.

⁸⁹ Johansson, Veronica (2002). *Bättre en bok i handen än tio på nätet? En studie av författares och förlags attityder till elektronisk publicering av skönlitteratur*, s. 5.

⁹⁰ Problemavgränsning, *ibid.*, s. 9.

⁹¹ Slutsatser och diskussion, *ibid.*, s. 96.

⁹² *Ibid.*, s. 98.

⁹³ Penn, Joanna (2008). "About The Creative Penn...and Joanna Penn". 2009-10-21.

<<http://www.thecreativepenn.com/about>>.

Penn inleder introduktionen av *Author 2.0 Blueprint* med en problembeskrivning. Hon beskriver hur den traditionella förlagsbranschen genomgår massiva förändringar i den globala finanskrisens fotspår och förändringarna som följer med den digitala print-on-demandutvecklingen. Förlagen publicerar få nya författare och ger bara stora ersättningar till etablerade författare med garanterad försäljningssuccé. Förläggarna letar efter författare som har färdiga plattformar och en publik som är redo att läsa och köpa deras produkter. Samtidigt fortsätter miljontals författare att skriva med målet att en dag se sina böcker på bokhyllan och bli lästa. De fortsätter att söka efter överarbetade agenter som kämpar för att sälja in avtal med debutförfattare och författare som inte tillhör bästsäljarna.⁹⁴

Det systemet fungerar inte längre, enligt Penn. Hon presenterar lösningen på problemet. Författarna behöver ta kontroll över sina egna förlagskarriärer, och eftersom förlagen vill ha författare med en plattform så måste författarna bygga plattformar. De måste ge förläggarna bevis på sin förmåga att kunna marknadsföra sig och sälja. Detta kan författarna göra genom att publicera sig online, sälja böcker och visa förläggarna vad de kan. Enligt Penn är det författare som arbetar på det sättet som fångas upp av förläggaren idag och om förläggarna fortfarande inte vill ha författarnas böcker så kan författarna publicera, sälja och marknadsföra böckerna själva online från exempelvis bloggar, webbsidor eller genom nätbutiker som Amazon.com och e-boksplattformar. Författarna kan marknadsföra sig och tjäna pengar genom plattformar, det vill säga webbsidor och bloggar, och använda podcasting (radiosändningar över Internet) och andra sociala medier. Författare som arbetar med Web2.0-verktyg benämns således författare 2.0 till skillnad från traditionella författare 1.0 som försöker att erbjuda förlagen manuskript och väntar i evigheter på att bli antagna eller refuserade. Penn har gjort en modell över hur författare 2.0 fungerar.⁹⁵ Centrum i författare 2.0-modellen är författarens plattform på Internet, exempelvis en blogg, webbsida, profilsidan i en nätbokhandel som Amazon, en sida för författarens fans på Facebook eller någon annan presentationssida som har med författaren att göra.⁹⁶ Från detta nav kan författaren skapa, sälja och marknadsföra sig. Penn hävdar att den fria linjen är väldigt viktig för försäljningen och marknadsföringen eftersom människor förväntar sig att få gratis information idag och för att få någons uppmärksamhet så behöver författaren ge bort någonting gratis. Konceptet med den fria linjen innebär att allting som finns ovanför den är gratis och allting som finns nedanför kan författaren sälja. Det går dock bara att sälja till en publik som är intresserad av verken och vill köpa dem. Läsarna vill bara köpa böckerna efter att författaren har visat läsarna böckernas kvalitet med hjälp av gratis information. Ovanför den fria linjen bygger författaren plattformen och nedanför den fria linjen kan författaren skriva, skapa, publicera och sälja produkter. Penn menar att alla författare behöver ha en plattform och ge bort delar av sina verk gratis.

Penns e-bok *Author 2.0 Blueprint* är ett exempel på en gratisprodukt och på listbyggande med gratisprodukter, vilket innebär att författaren skapar uppmärksamhet, intresse och en relation med läsaren genom ett erbjudande om en gratisprodukt. Läsaren måste registrera sig för nyhetsbrevet eller listan som författaren erbjuder och får därmed gratisprodukten och information som läsaren är intresserad av. Författaren måste fortsätta att leverera information som har något värde för läsaren och läsaren kan antingen fortsätta att prenumerera eller också avsluta prenumerationen. Andra exempel på fria produkter är en e-bok med kapitel ur en tryckt bok eller delar av noveller,

⁹⁴ Penn, Joanna (2009). *Author 2.0 Blueprint*. <<http://author2zero.com/signup/>>. s. 2.

⁹⁵ *Ibid.*, s. 8.

⁹⁶ *Ibid.*, s. 9.

radiointervjuer med författaren eller experter på författarens område och tips på hur man skriver en berättelse inom en speciell litterär genre.⁹⁷

Bloggande är det bästa sättet att bygga en plattform på enligt Penn, för det fokuserar författarens ansträngningar till en och samma plats. Sökmaskinerna tycker om innehåll som uppdateras löpande, vilket blogggen innehåll oftast gör, det är lätt att bygga upp en tvåvägskommunikation och skapa en relation med läsarna, det är enkelt att länka från bloggen till en författarens böcker i nätbokhandeln exempelvis, och eftersom författare tycker om att skriva så borde de ha lätt för att komma på någonting att skriva om på bloggen. Ett annat sätt för författaren att synas är att skapa en video eller en boktrailer och lägga ut på exempelvis YouTube. Penn menar att människor söker information på YouTube precis som på Google och författarna måste vara representerade där läsarna finns och läsarna håller till på YouTube.

Pressreleaser behöver inte längre kopieras upp och skickas ut till lokala journalister utan pressreleaserna kan hållas online i författarens pressrum och distribueras över Internet, vilket kan stärka författarens närvaro och öka besökssiffrorna på plattformen.

Författaren kan hålla en pressrelease när som helst, om hon eller han bara kan hitta någonting aktuellt att relatera till boken. Någonting som inte är gratis är att annonsera om författarplattformen genom exempelvis Googles AdWords och betala för varje besökare som skickas till plattformen via en länk från någon webbsida eller blogg som ingår i annonsnätverket Google AdSense. Den formen av annonsering kallas för "Pay per Click advertising" (PPC). Penn menar att metoden kan fungera om författaren har skrivit en nischad bok som passar in på vissa särskilda nyckelord i exempelvis Googles sökmotor, men hon poängterar också att författaren måste överväga ifall det lönar sig att betala för att annonsera och kanske få en liten ökning i besöksstatistiken.⁹⁸

Sociala medier och nätverk är viktiga eftersom det är Internets motsvarighet till den fysiska marknadens nätverk där informationen går från mun till mun. Det finns många nätverk och sociala medier och därför rekommenderar Penn författaren att välja en eller ett par sociala medier och koncentrera aktiviteten till dem och bara engagera sig i områden som kan relateras till böckernas områden. Penn mikroblogger exempelvis om böcker, utgivning och marknadsföring eftersom det är centrala områden för hennes bok.

Podcasting betyder att författaren har radiosändningar över Internet. Vanligtvis är det följetongsversioner av böckerna, inlästa av författarna och distribuerade via podcastingsajter, men radiosändningarna kan också bestå av intervjuer eller bara författarens personliga åsikter. Artikelmarknadsföring handlar om att öka besökarna på webbsidan genom att skriva korta artiklar om sådant som andra människor tycker är intressant och vill söka mer information om på Internet. I artiklarna kan författaren länka till sina grätiserbjudanden och webbsidan så att de som läser artiklarna kan få mer information om författaren. Artiklarna publiceras på sajter som samlar in information och länkar från olika elektroniska magasins artiklar och sajter där användarna kan dela dokument.⁹⁹

Listbyggande gratisprodukter, bloggande, video och boktrailer, pressreleaser, Pay per Click advertising, sociala nätverk, podcasting och artikelmarknadsföring är sådant som författaren kan ägna sig åt ovanför den fria linjen. Nedanför den fria linjen kan

⁹⁷ Ibid., s. 10.

⁹⁸ Ibid., s. 11.

⁹⁹ Ibid., s. 12.

författaren ägna sig åt att skriva, skapa, publicera och sälja produkter. Penn poängterar att det finns många fler sätt att skriva och skapa på än att bara skapa en fysisk bok. Internet erbjuder olika sätt för författaren att uttrycka sig på och få omedelbar respons från publiken. Det finns enligt Penn författare som använder bloggar, mikrobloggar och samarbetsforum på Internet för att skriva böcker tillsammans. Penn menar att de nya medieformerna är nya uttrycksformer som komplimenterar den tryckta boken och inte behöver ersätta den.

Självpublicering har blivit mycket enklare online enligt Penn, eftersom det finns specialiserade företag, till exempel Lulu.com, som kan hjälpa till med att förverkliga författarens bokprojekt. Print-on-demandtekniken gör att bokutgivningen blir billigare och självpublicering blir därför ett alternativ för både författare som har refuserats av traditionella förlag och fortfarande tycker att böckerna är värda att satsa på, entreprenörer som ger ut böckerna som en del av verksamheten och oberoende författare som vill sköta lanseringen och försäljningen själva. Penn ger också exempel på författare som har börjat som självpublicerade och sedan erbjudits traditionella förlagskontrakt efter försäljningssuccéerna. Penn använder Lulu.com som ett exempel på hur print-on-demandtekniken har revolutionerat utgivningen. När någon beställer Penns bok på Amazon.com så skickas beställningen till Lulu.com som trycker boken och skickar den till konsumenten. Amazon.com och Lulu.com tar sina delar av inkomsten från försäljningen och sedan får Penn det som återstår av intäkten. Det innebär att det inte finns några öppna kostnader för tryckning, lagerhållning eller distribution, inga böcker i författarens garage, inga returnerade köp och inget slöseri med osålda böcker som måste kastas.¹⁰⁰

E-böckerna frodas i den tekniska utvecklingen och under trycket från finanskrisen, enligt Penn. Hon pekar exempelvis på Amazons uppköp av företaget Stanza som gör mjukvaran till e-boksläsaren i iPhone. Olika sajter som delar dokument lanserar nya försäljningsplattformar för e-böcker för att konkurrera med andra företag som säljer e-böcker. Penn menar att e-boksförsäljningen fortfarande utgör en liten del av den totala bokförsäljningen, men att den ökar. Författare och förlag ger bort e-boksversioner av tryckta böcker för att öka försäljningen av den tryckta upplagan genom att etablera en publik och ge dem ett smakprov innan de köper. Hon ger exempel på plattformar där det är gratis att registrera sig och ge ut en e-bok, det behövs bara lite formatering.¹⁰¹ Jag har undersökt en av plattformarna och funnit att det Penn menar med att det behövs lite formatering, det är att författaren måste formatera textdokumentet enligt plattformarnas stilguider för att texten ska kunna läsas i så många olika e-boksformat som möjligt. Det går även att få hjälp med formateringen, men det kostar. Penn skriver att författaren också kan vara en entreprenör och sälja andra saker än bara böcker, till exempel fysiska produkter som onlinekurser, workshops informationsprodukter och e-böcker. Andra sätt att tjäna pengar på är föreläsningar med bokförsäljningar, events, marknadsföring, globala försäljningar, annonsering och annonsnätverksverksamhet på Internet.

Anledningen till att jag har givit Penn och hennes modell så mycket utrymme är att den fyller en del av forskningsluckan i och med att den fokuserar på modern webbpublicering ur författarnas perspektiv. Hennes resonemang är intressanta att ha i åtanke då de svenska förhållandena studeras i denna uppsats. Svedjedals forskning har också fått mycket utrymme eftersom forskningen berör frågor som är relevanta för denna studie.

¹⁰⁰ Ibid., s. 13.

¹⁰¹ Ibid., s. 14.

6 Analys

Detta kapitel ska först undersöka den litterära webbsajten Vulkan.se med avseende på leden produktion I och II, sedan distribution I och II, därefter inplacering i värdesystem och slutligen återströmning. Analysen kommer att göras med utgångspunkt i Furulands modell av den litterära processen och med stöd i den tidigare forskningen. Jag kommer visa och närmare förklara mitt förslag på modell i kapitel 5.

6.1 Produktion I

Jag tror att publiceringsformerna på Vulkan.se underlättar för fler enskilda författare att skicka in flera enskilda manuskript. Det går lätt att skapa, producera och formatera manuskriptet med hjälp av Word och fort att ladda upp dokumentet i DOC-format eller PDF-format och publicera det. Om användaren betalar för att få hjälp med formateringen av inlagan så mejlas förmodligen dokumentet över till Vulkan.se istället för att behöva skickas med vanlig post. Möjligheten att skicka manuskriptet med e-post gör att väntetiden minskar och publiceringsprocessen går snabbare. Jag har tolkat det som att det är bara enskilda författare, privatpersoner, som finns med i Furulands modell av den litterära processen. Det spelar förstås ingen roll hur många författare som medverkar i boken, men jag har tolkat det som att det bara är privatpersoner som åsytas. Vulkan.se riktar sig dock både till privatpersoner (redan etablerade författare och oetablerade, förstagångsförfattare), förlag, företag och andra samarbetspartner. Målgrupperna har med andra ord utökats från privatpersoner, enskilda författare, författare i traditionell mening, till privatpersoner (redan etablerade författare som ger ut äldre böcker med ny upplaga och förstagångsförfattare som ger ut böcker utan att ha något förlag bakom sig), företag och organisationer. Jag vill därför föreslå en komplettering och nyansering av det alltför generaliserande begreppet "En enskild författare". Det kan kompletteras med nyanserna: förstagångsförfattare, redan etablerad, företag och organisationer. Vidare anser jag att det enskilda manuskriptet också är en alltför generaliserande beskrivning. Det behöver inte längre vara ett enskilt manuskript som aldrig har publicerats tidigare, utan det kan vara en redan utgiven och kanske slutsåld bok, eller en redan utgiven papperskatalog exempelvis som ska bli tryckt i bokform istället, eller kanske en samling av brev eller krönikor som har publicerats i olika tidningar. Uttrycket "vara slutsålda på förlagen" kräver en närmare förklaring. Det förekommer att vanliga, traditionella förlag trycker upp nya upplagor av böcker som är slutsålda på förlaget. Det är inte sådana upplagor som jag syftar på med begreppet "vara slutsålda på förlagen", för när förlagen trycker upp nya upplagor av en bok som är slutsåld på förlaget så innebär det oftast att det finns en efterfrågan på boken. Det kan vara en gammal klassiker som säljer bra, eller den kan ingå i studenternas kurslitteratur exempelvis. Antingen tror förlaget att det kommer att tjäna pengar på den nya upplagan eller också vet de att de kommer att göra det. De trycker upp en större eller mindre upplaga, men det måste finnas ett behov av boken, en efterfråga på den. Nya upplagor är dyra. Det som jag syftar på med "vara slutsålda på förlagen" är böcker som förlagen inte trycker upp i nya upplagor trots att de är slutsålda, eftersom det saknas en stor efterfrågan på böckerna och att trycka upp en ny stor upplaga för att tillfredsställa den eller de konsumenter som vill läsa boken, skulle innebära en ekonomisk förlust för förlaget. Det är sådana slutsålda, olönsamma och saknade böcker som jag syftar på med uttrycket "vara slutsålda på förlaget". Utökningen av målgrupper och manuskript kan berättiga en förändring av "Produktion I"-ledet i Furulands modell av den litterära

processen och jag föreslår att det enskilda manuskriptet kompletteras med nyanserna "opublicerade, ej i bokform, redan utgivna och utgivna, slutsålda".

6.2 Produktion II

Jag tror att Furuland har rätt i att det fortfarande är lättast att bli utgiven i bokform, och jag tror att det kan vara ännu lättare att bli publicerad i bokform nu. Det kanske inte är lättare att bli utgiven på traditionella förlag. Det är förmodligen fortfarande väldigt många författare som söker sig till förlagsdörren och Svedjedals förläggare försöker att hänvisa dem som inte kan släppas in till andra förlag eller alternativ, ifall författarna inte vill återkomma med manuskript i nya kläder.

Gedin hävdade som tidigare nämnts att print-on-demandtekniken skulle förändra förlagens och bokhandlarnas verksamhet genom samspelet mellan faktorerna; samma pris på böckerna oavsett storleken på den tryckta upplagan, förenklad tryckning och distribution, minskad lagerhållning och ökad tillgänglighet till böckerna. Han menade att resultatet skulle bli en förändrad uppdelning i arbetet med böckerna där förlagen arbetade med redaktionsarbetet och andra aktörer med produktionen, marknadsföringen och distributionen. Han ansåg att den förändrade situationen på bokmarknaden inte bara påverkade samspelet mellan förlagen och bokhandlarna utan också samspelet mellan författarna, förlagen och bokhandlarna. Detta skulle resultera i att egenutgivningens möjligheter blev större och billigare. Författarna kunde samspela direkt med bokhandlarna och distributörerna utan att behöva gå genom förlagen.

Jag anser att Gedins resonemang har besannats. Tack vare print-on-demandtekniken kan författaren vända sig till exempelvis Vulkan.se och publicera boken gratis utan att behöva betala för någon minimiupplaga på hundra exemplar. Författaren behöver inte köpa ett exemplar, men om denne vill göra det så kostar ett exemplar inte mer än tryckkostnaden, bokskatten, eventuellt författarpålägg och ersättning till Vulkan.se, samt frakt. Det innebär att kostnaden för boken blir billigare än om den skulle behöva tryckas i hundra exemplar. Tryckkostnaden baseras dock på bokens tjocklek. Desto fler antal sidor, desto högre tryckkostnad, så länge det rör sig om en traditionell bok. E-böckernas tryckkostnad är alltid densamma, oavsett sidantal, och i kostnaden för e-boken ingår ingen frakt eftersom boken skickas elektroniskt. Utan kravet på en minimiupplaga blir lagringskostnaderna låga eftersom Vulkan.se bara trycker upp böckerna när författarna beställer dem.

Det innebär att uppdelningen i arbetet är förändrad, i enlighet med Gedins resonemang. Författaren står för den största delen av produktionen och redaktionsarbetet, om denne inte vill betala och få hjälp av Vulkan.se, sedan sköter tryckeriet tryckningen av boken och posten distributionen. Marknadsföringen får författaren sköta, om denne inte köper Vulkans distributionspaket för då ingår det viss marknadsföring där. När det gäller författarnas möjlighet att samspela direkt med bokhandlarna och distributörerna så kan författarna på Vulkan.se ladda upp boken och skapa bokomslaget och sedan välja att inte publicera verket på Vulkan.se utan kanske anlita ett distributionsföretag som Gidlund föreslog, eller beställa en upplaga på tio exemplar till exempel och söka upp en bokhandel och fråga om man får sälja böckerna på kommission. Fast enligt mina erfarenheter krävs det att boken har ett standardnummer, ISBN-nummer för att kunna säljas i bokhandeln.

Veronica Johansson undrade vem som kunde ha nytta av webbpubliceringen och ville använda den, förutom egenpublicerarna och de som bara hade skrivandet som hobby.

Det hon undrade var när förlagen och de redan etablerade författarna och bokhandlarna skulle dra nytta av den elektroniska publiceringen. Det gör de nu. Författarnas möjlighet att inte bara publicera böckerna på Vulkan.se i pocket utan också som e-böcker är ett bevis på detta. Både etablerade författare och debuterande författare säljer e-böcker, så nu har attityden hos samtliga aktörer på bokmarknaden blivit positiva till e-böckerna (så länge de säljs och laddas ner lagligt). Antalet hobby-skrivare, amatörskrivare och egenpublicerare ökar. Svedjedal noterar att skrivandet blir en del av livsstilen och kommunikationen och att nya författare bildar ett avantgarde som inte behöver förlagen eller blir refuserade av dem och inte blir lästa av traditionella läsare, medan Peurell menar att egenpubliceringen används av de författare som inte behöver de traditionella förlagen.

Penn menar att alla författare, oavsett om de är etablerade eller inte, behöver en plattform på Internet och att förlagen letar efter författare som redan har en plattform och en publik. Från denna plattform kan författarna ge bort någonting gratis för att skapa uppmärksamhet och ge läsarna ett smakprov på kvalitén på de tryckta böckerna och sälja de tryckta böckerna eller e-böckerna. Författarpresentationerna som är länkade till bokpresentationerna i "Shopen" på Vulkan.se är ett exempel en sådan plattform. Utifrån denna plattform kan författaren sälja böckerna (köparna klickar på köpknappen), ge gratis smakprov på boken (köparna kan provläsa ett utdrag på de tio första sidorna ur boken) och bokomslaget, publicera ett fotografi på sig själva, eventuellt visa e-postadressen och därigenom uppmuntra till respons, länka till sin hemsida, blogg eller någon annan bokhandel eller något annat förlag där boken kan finnas i en annan upplaga.

Ljungberg till exempel har en länk till sin hemsida <http://www.ordenrunt.se> och hemsidan är ytterligare ett exempel på en plattform. På den finns länkar till Ljungbergs blogg, mikroblogg, användaren kan prenumerera på ett nyhetsbrev och få en gratis e-bok med skrivövningar, samt köpa böcker och kurser om skrivande och bokpublicering eftersom Ljungberg är författarcoach. Bloggen och mikrobloggen är ytterligare plattformar, nyhetsbrevet är ett exempel på Penns listbyggande med gratisprodukter, kurserna och böckerna är exempel på Penns exempel med författaren som entreprenör. På bloggen <http://ordenrunt.blogspot.com/> finns en länk till en sida för dem som tycker om Ljungbergs bok på Facebook och en bildlänk som marknadsför en bok om skrivande av Ann McIndoo inom ramen för McIndoos annonsnätverk. En sökning på "Ann Ljungberg" i Googles sökmotor visar att Ljungberg även använder sig av "Pay per Click"-annonsering. Både användandet av sociala medier, annonsnätverk och "Pay per Click"-annonsering är exempel på Penns metoder i författare 2.0 modellen. Ljungberg är dessutom förläggare vilket tyder på att Ljungberg håller med Penn om vikten av att författarna måste ha en plattform. "Produktion II"-ledet behöver uppdateras i Furulands modell av den litterära processen och jag föreslår den kompletterande och nyanserade underkategorin "litterära nätsajter exempelvis Vulkan.se" under kategorin "Förlag, tryckerier 'Eget förlag'" och under kategorin: "datornät".

6.3 Distribution I

Distributörerna, bokhandlarna, vissa av kioskerna, varuhusen, bokhandlarna, bokklubbarna, bokombuden, pressen, filmföreställningarna, grammofonaffärerna, radiosändningarna, tevesändningarna och videobutikerna har fått nya distributionskanaler genom datornätet. Exempel på detta är nätbokhandlarna.

Svedjedal menar att exempelvis bokhandlarna använder de nya kanalerna på Internet för marknadsföring och försäljning av böckerna, och att det finns företag som skor sig på författardrömmar genom att publicera allting gratis utan att redigera det och hävdar att ingen skulle vara villig att betala någonting för verken eftersom de finns på Internet.

Det stämmer att Internet används som marknadsföringskanal. Både författare, förlag och bokhandlar vet att det är viktigt att synas på webben. E-handeln ökar och e-böcker säljer lika bra som traditionella böcker med rätt marknadsföring. Plattformarna för att läsa e-böcker ökar och betalningsätten också. En gratis e-bok kan dock locka läsare till den traditionella boken när de har läst e-boken och bildat sig en uppfattning om vad den handlar om. Svedjedal kan ha rätt i att det finns webbsidor där texter publiceras gratis utan någon redigering och att författarna inte får någon ersättning, men på Vulkan.se kan författarna välja att göra ett författarpålägg och få en ersättning, och köparna är beredda att betala för böckerna.

Peurell menar att läsarna inte hittar print-on-demandböckerna för att de försvinner i mängden av böcker och att läsarna föredrar traditionella böcker så länge print-on-demandböckerna inte är billigare och har ett bredare utbud.

Sökfunktionerna hos nätbokhandlarna är mer avancerade än sökfunktionen på Vulkan.se och nätbokhandeln där, så till viss del har Peurell rätt, men även i fysiska bokhandlar går läsarna längs hyllorna och läser på bokryggarna för att hitta någonting bekant eller nytt. Det kan användarna på Vulkan.se också göra genom att klicka sig fram genom utbudet i de olika genrerna i "Shop" på Vulkan.se. Dessutom kan användarna läsa intervjuer på Vulkanbloggen och titta vilka böcker som finns på listorna över senast publicerade och mest sålda böcker. Böckernas pris varierar, men det finns e-böcker från 25 kronor och om en pocketbok på 100 sidor kostar från 99 kronor så kan det inte vara mycket dyrare än vad en traditionell pocket kostar. Det finns i skrivandets stund över 10 000 titlar på Vulkan.se, även om alla inte är tillgängliga i "Shop" så verkar det ändå vara ett ganska brett utbud tycker jag. Särskilt som det finns 30 olika genrer med både skönlitteratur och facklitteratur i "Shop".

Peurell hävdar att författarna kommer att fortsätta föredra traditionella förlag framför print-on-demandförlag så länge inga etablerade författare väljer print-on-demandförlagen. När det gäller etablerade författare så finns det exempel på sådana som har publicerat sig på Vulkan.se, Marcus Birro, Ann Ljungberg, Peter Englund, Linda Skugge, Alexander Schulmann och Unni Drougge till exempel. Penn lyfter fram självpublicering och litterära nätsajter som både ett alternativ för författare som har blivit refuserade av förlagen och för författare som vill vara oberoende av förlagen och lansera sig själva. Hon menar att litterära nätsajter kan hjälpa författarna med bokutgivningen för en låg kostnad, vilket gör självpubliceringen lättare och billigare med print-on-demand än med traditionell bokutgivning. Detta var ju någonting som förlagsbranschen argumenterade mot i undersökningarna som Smith & Zachrisson, Jessica Johansson och Veronica Johansson gjorde 2000. Förlagsbranschen menade att

det bara var kostnaden för att trycka upp boken som blev billigare och att resten av kostnaderna för till exempel lanseringen återstod. Penns många exempel på hur författare 2.0 kan skapa en plattform och marknadsföra sig via pressreaser i egna pressrum, video och trailer på YouTube, "Pay per Click"-marknadsföring och annonsnätverk, podcasting och sociala medier visar att författarna har tillgång till många lanseringskanaler som inte behöver kosta mer än kostnaden för datorn och Internetuppkopplingen. "Pay per Click"-marknadsföring kan dock räknas till en kostsam lanseringsmetod. De ökade distributionsmöjligheterna kan bidra till att det inte behöver bli lika dyrt att marknadsföra och lansera böckerna nu 2009, som det var 2000. Personalen på Vulkan.se använder sig av pressreaser i avdelningen "Pressrummet", på "Vulkanbloggen" och i "Bloggnavet", de använder också sociala medier som exempelvis Facebook. Jag anser att de utökade distributionsvägarna berättigar en uppdatering av "Distribution I"-ledet i Furulands modell av den litterära processen. En kompletterande, precisering av kategorin "Förlag" med följande underkategori: "litterära nätsajter exempelvis Vulkan.se som har egna distributionskanaler som egna nätbutiker och distributionspaket vilka ger tillträda till Libris, KB, Bokrondellen, vissa externa nätbokhandlar", kategorin "Bokhandlar" med följande underkategori: "nätbokhandlar" och kategorin "Datornät" med följande underkategori: "litterära nätsajter exempelvis Vulkan.se".

6.4 Distribution II

Svedjedal talar om en mediarevolution med ett inflytande på vårt sätt att kommunicera och denna mediarevolution är biblioteken, skolorna, universitetet och folkbildningen delaktiga i. I "Shop" på Vulkan.se finns böcker som är resultatet av specialarbeten och slutprojekt på gymnasiet, där finns antologier med litterära tävlingsbidrag från bibliotek, vetenskapliga avhandlingar och böcker med innehåll från Wikipedia. Skolorna, biblioteken, universitetet och andra institutioner kan således använda Vulkan.se för folkbildning och mindre kommersiellt betonade syften. Jag föreslår följande preciseringar och nyanseringar av "Distribution II"-ledet i Furulands modell av den litterära processen, kategori: "Internet" med följande underkategori: "litterära nätsajter exempelvis Vulkan.se när användaren bara köper sitt eget exemplar som ej finns tillgängligt i "Shop", eller när skolor, bibliotek, universitet och andra institutioner ger ut verk på Vulkan.se."

6.5 Inplacering i värdesystem

Ledet inplacering i värdesystem håller förmodligen fortfarande. Både Svedjedal och Peurell betonar vikten av böckernas kvalitet och kvalitetskontrollen, vilket försvinner när de traditionella förlagen inte ger ut böckerna. De egenutgivande författarna behöver kurser i ordbehandling. För att webbpublicerade böcker ska nå ut till biblioteken, universitetet och recensenterna så krävs det ofta ett ISBN-nummer, en registrering i bokrondellen, ett utlåtande från BTJ och gärna en recension i lokaltidningen, vilket Gidlund framhåller. Det förekommer också recensioner på webbsidor och bloggar. Vulkan.se ordnar återkommande tävlingar och de som vinner där får uppmärksamhet och utmärkelser. De traditionella värdesystemen i den Furulands modell av den litterära processen väger dock tyngst. Recenseras boken inte i de större dagstidningarna eller i lokaltidningarna så riskerar den att förbli osynlig och inte komma i fråga för någon inplacering. Därav vikten för författarna att synas i media och använda sociala medier och göra reklam för boken och sprida den till läsarna, skicka den till kulturredaktionerna, eller ordna pressreaser på Internet. Jag vill föreslå en

uppdatering, komplettering av ”Inplacering i värdesystem”-ledet också i Furulands modell av den litterära processen. Föreslår att kategorin "Datornät" infogas även där med följande preciseringar: "litterära nätsajter som exempelvis Vulkan.se med recensioner, 'mest-sålda' och 'senast publicerade-listor', författarintervjuer på Vulkanbloggen och tävlingar som Årets blok".

6.6 Återströmning

Svedjedal talar om författarna som förlorar kontakten med läsarna. Inom webbpubliceringen kan återströmningen bestå i kommentarer på bloggen. Vulkan erbjuder tjänster som korrekturläsning, redaktörstjänst, lektorshjälp, skrivarkurser och kurser i bokformgivning. De författare som betalar för sådana tjänster får respons och återströmning. Jag tycker att Furulands modell av den litterära processen skulle vinna på att även beskriva återströmningen mer i detalj och därför föreslår jag följande förslag med avseende på Vulkan.se (jag kommer inte att behandla återströmningstyper utanför Vulkan.se, vilket skulle behöva göras i en heltäckande modell): komplettering med kategorin datornät och precisera den med underkategorierna "litterära nätsajter, Vulkan.se, betaltjänster som korrekturläsning, redaktörstjänst, lektorshjälp, skrivarkurser och kurser i bokformgivning".

7 Slutsatser och avslutande kommentarer

Jag kommer nu först att upprepa frågeställningarna och relatera resultatet av analysen till den tidigare forskningen och litteraturen. Sedan kommer jag att besvara frågeställningarna och presentera mina slutsatser i form av mitt förslag till en uppdaterad, kompletterad och nyanserad modell av Furulands modell av den litterära processen. Därefter kommer jag att göra några avslutande kommentarer med avseende på resultatens relevans, generaliserbarhet och förslag på framtida forskning.

7.1 Slutsatser: Ett förslag till en uppdaterad, kompletterad och nyanserad modell av Furulands modell av den litterära processen

Syftet med den här studien var att i en jämförande analys ställa produktions- och distributionsformerna samt inplaceringen i värdesystem och återströmningen i Furulands modell för det litterära systemet mot verksamhetsformerna vid Vulkan.se och därigenom nå fram till ett förslag till en ny modell för det litterära systemet. Detta skulle ske genom att i en jämförande analys pröva de olika leden (produktion, distribution, inplacering i värdesystem och återströmning) i Furulands modell av den litterära processen och granska hur litterära nätsajter som exempelvis Vulkan.se kan placeras in i processen och påverka de olika leden.

Frågeställningarna var:

Framträder en i förhållande till Furulands modell av den litterära processen förändrad bild av denna vid en analys av verksamhetsformerna vid den litterära nätsajten Vulkan.se?

Hur kan en reviderad version av Furulands modell av den litterära processen konstrueras med utgångspunkt i analysen av verksamhetsformerna vid Vulkan.se?

Båda frågeställningarna har kunnat besvaras genom att jag i en jämförande analys har prövat de olika leden produktion, distribution, inplacering i värdesystem och återströmning i Furulands modell av den litterära processen och granskat hur litterära nätsajter som exempelvis Vulkan.se har kunnat placeras in i processen och påverkat de olika leden. Resultaten av analysen har relaterats till Furulands modell av den litterära processen och åsikter i den tidigare forskningen och litteraturgenomgången. Det går därför inte att peka ut enskilda delar av resultatet i analysen och koppla det till bara någon av de båda frågeställningarna. Allting hänger ihop. Yrlid menade att traditionen med eget förlag har minskat i betydelse sedan mitten av 1800-talet eftersom den traditionella publiceringsprocessen har varit kostsam och att det var den tekniska utvecklingen med stencilering och offsettryck som var förutsättningarna för att "Författares Bokmaskin" skulle kunna bli ett billigare alternativ till de traditionella förlagen genom författarnas egen arbetsinsats. Produktionsleden i Furulands modell av den litterära processen håller för den påverkan som litterära nätsajter, exempelvis Vulkans produktionsformer utgör. Svedjedal och Peurell hävdar att kvalitén på manuskripten kan försämrats när författarna inte fortsätter att skicka manuskripten till förlagen och blir antagna och får hjälp med kvalitetskontrollen. Det kan troligen stämma eftersom det kostar att få hjälp med korrekturläsning och redaktörshjälp och liknande från de litterära skrivarsajterna, exempelvis Vulkan.se, vilket kan göra att författarna

hellre publicerar manuskripten utan någon professionell korrekturläsning. När den tekniska utvecklingen med Internet, print-on-demand och de litterära nätsajterna finns så vill troligen många registrerade användare dra nytta av möjligheterna och publicera sig, precis som de etablerade författarna och förlagen numera publicerar skönlitteratur i e-boksformat i lika stor utsträckning som i tryckt format. Vulkan.se låter användarna publicera böcker i både tryckt format och i e-boksformat. Över 10 000 titlar har publicerats på Vulkan.se sedan starten 2007. Attityderna, kunskaperna och de empiriska erfarenheterna kring elektronisk publicering har förändrats sedan Veronica Johansson, Jessica Johansson, Smith & Zachrisson skrev sina magisteruppsatser. Upphovsrättens roll har blivit allt viktigare genom webbpubliceringen och Internets förmedling av text, bild och musik, enligt Seipel, men problematiken med att författare som publicerar sig på Internet riskerar att få upphovsrätten kränkt tycks inte avskräcka användare från att publicera verk på litterära nätsajter som exempelvis Vulkan.se. Detta var ju ett av problemen som de traditionella förlagen lyfte fram i Jessica Johanssons studie. Attityderna till skrivandet överhuvudtaget tycks ha ändrat eftersom Svedjedal konstaterar att publiceringen av skönlitteratur på webben tycks ha blivit ett av många personliga uttryckssätt även för dem som egentligen inte har tänkt att bli författare exempelvis. Jag tror att det kan bero på att den tekniska utvecklingen har öppnat många fler möjligheter för användarna att publicera sig på exempelvis hemsidor, bloggar och andra sociala medier. De litterära nätsajterna borde enligt mig avspglas i Furulands modell av den litterära processen och jag föreslår därför en specificering av kategorin "Förlag" och "Datornät" i "Produktion II"-spalten.

Själva den tekniska utvecklingen med Internet och print-on-demand och elektronisk publicering utgör förutsättningarna för hur distributionsformerna vid litterära nätsajter som exempelvis Vulkan.se förhåller sig till distributionsformerna i Furulands modell. Det har som Nunberg hävdade utvecklats digitala tryckpressar som har kombinerats med ett elektroniskt distributionssystem som gör att användarna kan läsa texterna på skärmen eller så kan lokala skrivare på det lokala tryckeriet nära användaren skriva ut och binda ihop boken och skicka den till användaren med posten. Print-on-demandtekniken har som Gedin, Gidlund, Peurell och Svedjedal påpekat förändrat förutsättningarna för produktionen och distributionen genom att de litterära nätsajterna som exempelvis Vulkan.se inte behöver ha några lager av böckerna utan kan trycka upp det exemplar som beställs av köparna och därmed behöver författarna inte heller betala för några dyra minimiupplagor och riskera att få osålda exemplar. Jag anser att den tekniska utvecklingen med Internet och webbpubliceringen och de litterära nätsajterna har påverkat Furulands modell av den litterära processen och att det behövs kompletterande preciseringar av kategorin "Förlag" där "litterära nätsajter som exempelvis Vulkan.se" kan ingå med sina egna distributionskanaler som egen nätbutik och eget distributionspaket. Dessutom bör kategorin "Bokhandlar" uppdateras med underkategorin "Nätbokhandlar" och kategorin "Datornät" uppdateras med underkategorin "litterära nätsajter som exempelvis Vulkan.se".

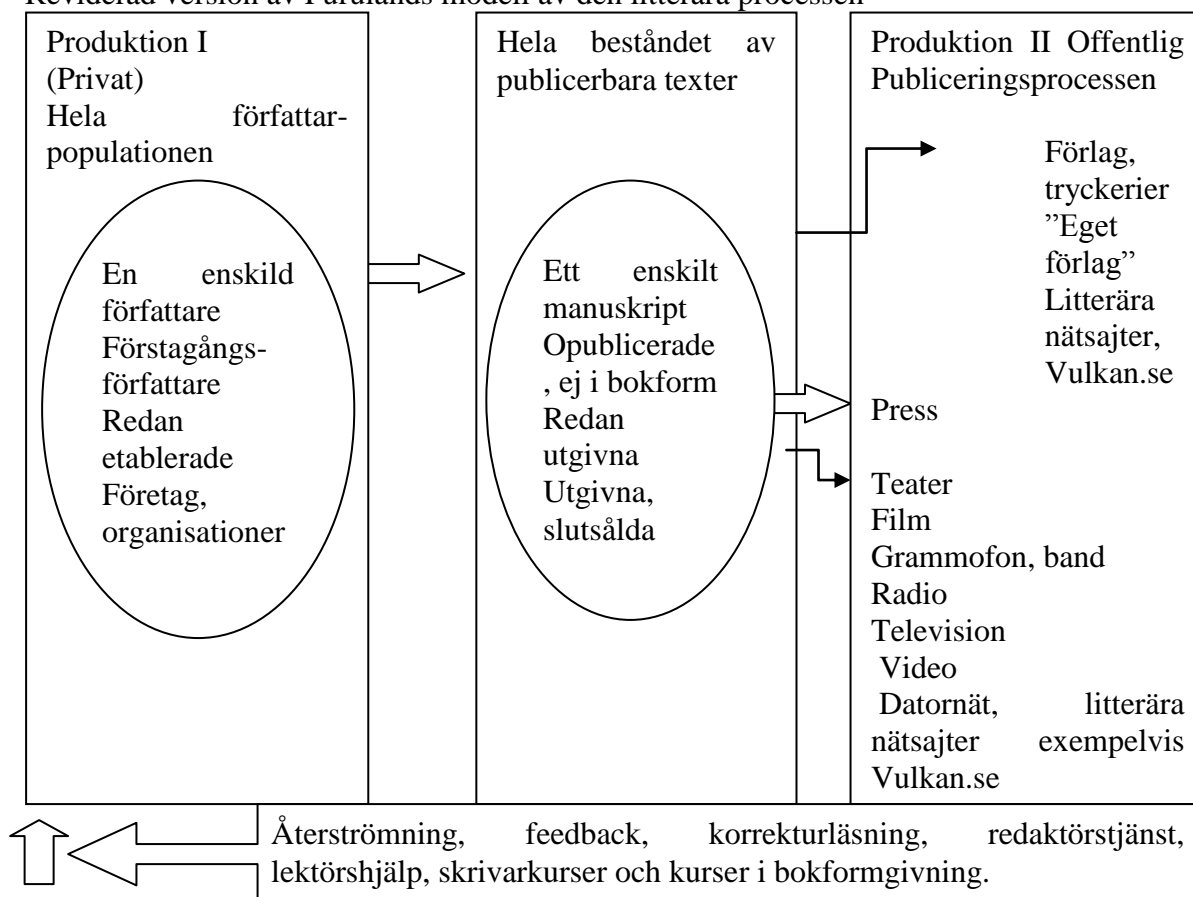
Även om det har blivit lättare att bli publicerad och att publicera sig och få böckerna distribuerade till sig och köparna så är konkurrensen om läsarna fortfarande stor. Peurell hävdar att det är svårt för läsarna att hitta print-on-demandpublicerade böcker och att både läsarna och författarna föredrar traditionellt publicerade böcker och förlag. Gidlund skriver att vägen till läsarna och bokhandlarna går genom recensionsexemplaren och Bibliotekstjänst. Inplaceringen i värdesystemen i Furulands modell håller därför fortfarande vid en jämförelse med förutsättningarna som gäller för litterära nätsajter, exempelvis Vulkan.se. Det finns visserligen möjligheter att recensera böcker på exempelvis bloggar, men recensenterna på bloggarna har oftast inte samma

auktoritet som recensenterna i tidningarna, vilket gör att böckerna som recenserar på bloggarna får mindre legitimitet. Detta beror på att recensenterna i tidningen undertecknar recensionen med sitt namn eller en signatur, medan recensenterna på bloggarna kan underteckna med sitt namn, en signatur eller vara helt anonyma. Bokens legitimitet påverkas av omdömet i recensionen och recensentens auktoritet, vilket påverkar bokens mottagande hos läsarna. Böckerna recenserar oftast senare på bloggarna än de gör i tidningarna och tidsförskjutningen gör att det finns risk för att bloggarna har påverkats av tidningsrecensionerna. Tidsförskjutningen innebär också att boken kan upptäckas eller återupptäckas och recenserar för första gången eller recenserar på nytt även när den inte längre är nyutkommen. Det innebär exempelvis att böcker som inte har recenserats i tidningarna kan recenserar på Internet istället. Jag tycker att det kan vara befogat med en liten komplettering av ledet inplacering i värdesystem. Kategorin "Datornät" kan infogas och preciseras med bland annat "litterära nätsajter".

Återströmningsledet i Furulands modell av den litterära processen håller väl för en jämförelse med förutsättningarna för återströmning i de litterära nätsajterna, exempelvis Vulkans fall. Även om de litterära nätsajterna som exempelvis Vulkan.se blir alltmer betydande för författarna när det gäller att konkurrera om läsarna och förlagen, vilket Penn tyder på i resonemanget om författare 2.0. Vulkans tjänster med korrekturläsning, lektörshjälp, redaktörstjänst, skrivarkurser och kurser i bokformgivning kan ge användaren respons. Jag föreslår därför att återströmningsledet i Furulands modell av den litterära processen kompletteras med kategorin "Datornät" och preciseras med "litterära nätsajter, exempelvis Vulkan.se, korrekturläsning, lektörshjälp, redaktörstjänst, skrivarkurser och kurser i bokformgivning".

Slutsatsen är att vid en analys av verksamhetsformerna vid den litterära nätsajten Vulkan.se så framträder det en förändrad bild av den litterära processen i förhållande till Furulands modell av den litterära processen. Slutsatsen är vidare att leden i Furulands modell av den litterära processen håller. Den kan dock behöva uppdateras, kompletteras och nyanseras eftersom webbpubliceringen och litterära nätsajter som Vulkan.se tillför nya underkategorier och nya sorters användare. Jag ska därför presentera ett förslag på en uppdaterad, kompletterad och mer nyanserad modell av Furulands modell av den litterära processen. Så här anser jag att en reviderad version av Furulands modell av den litterära processen kan konstrueras med utgångspunkt i analysen av verksamhetsformerna vid Vulkan.se (modellen börjar på nästa sida).

Reviderad version av Furulands modell av den litterära processen



Produktion I-spalten i mitt förslag till en uppdaterad, kompletterad, nyanserad modell innehåller en mer specificerad och nyanserad kategori av "En enskild författare". Kategorin "En enskild författare" innehåller här olika nyanser av begreppet författare, vilka visar på några exempel av författare som kan rymmas inom det alltför generaliserande begreppet "En enskild författare" inom hela författarpopulationen. Det är till exempel företag, organisationer, redan etablerade författare eller förstagångsförfattare. Jag vill föreslå att begreppet "Ett enskilt manuskript" specificeras, kompletteras och nyanseras för att svara mot exempel på olika sorters texter som kan rymmas inom kategorin. Jag uppfattar "Ett enskilt manuskript" som alltför generaliserande och betydande ett tidigare opublicerat manuskript av en författare, privatperson, redan etablerad eller opublicerad. I mitt förslag kan de enskilda texterna inte bara komma från privatpersoner utan även från företag och organisationer. Företagen, organisationerna och de redan etablerade författarna kan vara publicerade och utgivna i form av böcker, tidningar, kataloger, manualer och andra textformer. De redan etablerade författarnas utgivna verk kan dessutom vara slutsålda på förlagen, medan förstagångsförfattarens verk förmodligen är opublicerade eller åtminstone inte utgivna i bokform tidigare. Uttrycket "vara slutsålda på förlagen" kräver en närmare förklaring. Det förekommer att vanliga, traditionella förlag trycker upp nya upplagor av böcker som är slutsålda på förlaget. Det är inte sådana upplagor som jag syftar på med begreppet "vara slutsålda på förlagen", för när förlagen trycker upp nya upplagor av en bok som är slutsåld på förlaget så innebär det oftast att det finns en efterfrågan på boken. Det kan vara en gammal klassiker som säljer bra, eller den kan ingå i studenternas kurslitteratur exempelvis. Antingen tror förlaget att det kommer att tjäna pengar på den nya upplagan eller också vet de att de kommer att göra det. De trycker upp en större eller mindre upplaga, men det måste finnas ett behov av boken, en efterfråga på den. Nya upplagor är dyra. Det som jag syftar på med "vara slutsålda på

förlagen" är böcker som förlagen inte trycker upp i nya upplagor trots att de är slutsålda, eftersom det saknas en stor efterfrågan på böckerna och att trycka upp en ny stor upplaga för att tillfredsställa den eller de konsumenter som vill läsa boken, skulle innebära en ekonomisk förlust för förlaget. Det är sådana slutsålda, olönsamma och saknade böcker som jag syftar på med uttrycket "vara slutsålda på förlaget". Om förlaget samarbetar med Vulkan.se så kan förlaget låta trycka upp ett nytt exemplar av den slutsålda boken när någon konsument vill köpa boken och det utan att behöva trycka upp en stor, dyr upplaga. Av detta resonemang drar jag slutsatsen att "Produktion I"- ledet i Furulands modell behöver specificeras med avseende på de generella kategorierna "En enskild författare" och "ett enskilt manuskript". Kategorin "En enskild författare" ska preciseras med nyanserna: "En enskild författare, Förstagångsförfattare, Redan etablerade, Företag, organisationer".

När en enskild författare från "Produktion I"-spalten vill ge ut ett enskilt manuskript i "Produktion II"-spalten så finns det tack vare Internet en rad nya publiceringsvägar. Jag föreslår därför en komplettering, nyansering av kategorin "Förlag". Författaren kan publicera sig på exempelvis en litterär nätsajt som Vulkan.se. Författaren kan också använda sig av traditionella förlag, print-on-demand eller vända sig till ett tryckeri och ge ut på "eget förlag". Redan etablerade författare vänder sig troligen till det eller de förlag där de har blivit publicerade förut och företag och organisationer har förmodligen ett förlag eller tryckeri som de brukar anlita. Problemet är att det är många författare som vill bli utgivna och förlagen har mindre resurser och de som blir utgivna får vänta länge på att få se boken i tryck och dessutom tar den förr eller senare slut på förlaget. Förlagen kan ge ut slutsålda böcker på nytt på Vulkan.se, eller ge ut nya böcker på Vulkan.se utan att behöva trycka upp stora upplagor innan de vet hur stor efterfrågan blir. Företagen och organisationerna kan vända sig till Vulkan.se istället för de traditionella förlagen och tryckerierna och spara pengar på att inte behöva trycka upp en viss minimiupplaga. Om författaren inte har kontakt med eller blir utgiven på något förlag och inte vill ge ut på "eget förlag" så kan den publicera sig på Vulkan.se istället. Tryckerierna kan samarbeta med både företag, organisationer, förlag, Vulkan.se och författare. Av detta resonemang drar jag slutsatsen att "Produktion II"- ledet i Furulands modell behöver specificeras med avseende på kategorin "Förlag", vilken bör kompletteras med underkategorin "Litterära nätsajter, Vulkan.se". Fortsättningen på modellen fortsätter på nästa sida.

<p>Distribution I Övervägande kommersiell Spridning inom vissa institutioner</p> <p>Förlag, "litterära nätsajter exempelvis Vulkan.se som har egna distributionskanaler som egna nätbutiker och distributionspaket vilka ger tillträda till Libris, KB, Bokrondellen, vissa externa nätbokhandlar", distributörer Distributions- centraler Bokhandel Kiosker, varuhus Bokhandlar, nätbokhandlar Bokklubbar Bokombud</p> <p>⇒ Pressens distr, - vägar</p> <p>Teaterförest. Filmförest. Grammofonaffärer Radiosändning TV-sändning Videobutiker Datornät, litterära nätsajter exempelvis Vulkan.se</p>	<p>Distribution II Mindre kommersiellt betonad Spridning inom vissa institutioner</p> <p>Bibliotek sambindning för folkbibl. Skolor Universitet Folkbildning</p> <p>Skolteater etc.</p> <p>Internet, "litterära nätsajter exempelvis Vulkan.se när användaren bara köper sitt eget exemplar som ej finns tillgängligt i 'Shop', eller när skolor, bibliotek, universitet och andra institutioner ger ut verk på Vulkan.se."</p>
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Inplacering i värdesystemen
Reklamkampanjer o. dyl., litterära priser. Recensioner, artiklar, essäer. Opinionsledares uttalanden. Urvalslistor för folkbibliotek. Bokurval för skola och universitet. Litteraturhistoriska verk. Datornät: litterära nätsajter som exempelvis Vulkan.se med recensioner, "mest-sålda" och "senast publicerade-listor", författarintervjuer på Vulkanbloggen och tävlingar som Årets blok.

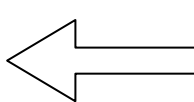
← Återströmning, feedback. Datornät: litterära nätsajter som exempelvis Vulkan.se, korrekturläsning, redaktörstjänst, lektorshjälp, skrivarkurser och kurser i bokformgivning.

Samarbetet mellan litterära nätsajter som exempelvis Vulkan.se, företag, organisationer, förlag, författare och tryckerier gör att distributionen går fortare. I "Distribution I"-spalten så visas exempel på de litterära nätsajternas olika distributionskanaler, exempelvis nätbutiker och distributionspaket. Författaren kan göra boken tillgänglig i Vulkans nätbutik "Shop", kostnadsfritt. Författaren kan även köpa Vulkans distributionspaket (Distribution I-spalten). Då blir boken sökbar i Libris, registreras i bokrondellen, blir köpbar i vissa nätbokhandlar och det skickas pliktexemplar till Kungliga Biblioteket och universitetsbiblioteken. Detta alternativ kan kräva längre distributionstid eftersom det kan ta lång tid för boken att få ett ISBN-nummer och katalogiseras. Författaren får dock tio exemplar av boken och de exemplaren kanske distribueras snabbare. Av detta resonemang drar jag slutsatsen att "Distribution I"-ledet i Furulands modell behöver specificeras med avseende på kategorierna "Förlag", "Bokhandlar" och "Datornät". Kategorin "Förlag" bör preciseras med underkategorin: "litterära nätsajter exempelvis Vulkan.se som har egna distributionskanaler som egna nätbutiker och distributionspaket vilka ger tillträda till Libris, KB, Bokrondellen, vissa externa nätbokhandlar", kategorin "Bokhandlar" bör kompletteras med underkategorin "nätbokhandlar" och kategorin "Datornät" bör kompletteras med underkategorin "litterära nätsajter, exempelvis Vulkan.se". I "Distribution II"-spalten kan författaren nöja sig med att bara köpa sitt eget exemplar av boken och inte göra den tillgänglig i "Shop" eller köpa något distributionspaket. Dessutom kan bibliotek, skolor, universitet och andra institutioner använda Vulkan.se för att publicera böcker med mindre kommersiell betoning. Av detta resonemang drar jag slutsatsen att "Distribution II"-ledet i Furulands modell behöver kompletteras med kategorin "Internet" och specificeras med underavdelningen "litterära nätsajter exempelvis Vulkan.se när användaren bara köper sitt eget exemplar som ej finns tillgängligt i 'Shop', eller när skolor, bibliotek, universitet och andra institutioner ger ut verk på Vulkan.se."

Under distributionsspaltarna så löper spalten för inplaceringen av böckerna i värdesystemen. Nättidningarna, bloggarna och hemsidorna öppnar för både författare, förlag och läsare att ge åsikter och betyg. Det kan dock vara svårt att få respons från traditionella läsare som inte använder sig av bloggar och hemsidor, vilket gör att författarna fortfarande är väldigt beroende av recensioner i pressen och det är inte alla författare som kan få återströmning, feedback på det sättet. Vulkans intervjuer på Vulkanbloggen och tävlingar i olika genrer kan bidra till att värdesätta böcker och lyfta fram författare, samtidigt som det lockar nya användare och läsare.

Skillnaden mellan recensionerna i tidningarna och på exempelvis bloggarna är att bland annat aspekterna legitimitet, auktoritet och tidsförskjutning. I tidningarna är recensionerna undertecknade av en recensent eller möjligen en signatur och om det inte är en signatur så vet läsaren vem som står bakom recensionen. Recensenten blir på gott och ont en auktoritet och omdömet om boken kan påverka mottagandet av boken. Boken får legitimitet av att uppmärksammas i en recension av en känd recensent eller signatur och boken recenseras oftast när den är nyutkommen eller strax innan den ska ges ut, om det inte rör sig om en nyutgåva. En recension på exempelvis bloggen kan vara undertecknad med namn, signatur eller vara helt anonym. Recensenten kan vara en känd auktoritet eller en icke-auktoritet och okänd person, vilket påverkar recensionens legitimitet och mottagandet av boken. Recensionen kan publiceras när som helst och behöver inte recensera boken när den är precis utkommen eller strax ska ges ut. Tidsförskjutningen gör att risken för att recensenten ska påverkas av recensioner i tidningen ökar. Tidsförskjutningen ger dock boken möjlighet att upptäckas eller återupptäckas och recenseras för första gången eller recenseras på nytt även när den inte längre är nyutkommen. Det innebär exempelvis att böcker som inte har recenserats i

tidningarna kan recenseras på Internet istället. Av detta resonemang drar jag slutsatsen att "Inplacering i värdesystem"- ledet i Furulands modell behöver kompletteras med kategorin "Datornät" och specificeras med underavdelningen: "litterära nätsajter som exempelvis Vulkan.se med recensioner, 'mest-sålda' och 'senast publicerade-listor', författarintervjuer på Vulkanbloggen och tävlingar som Årets blok".



Återströmning, feedback. Datornät: litterära nätsajter som exempelvis Vulkan.se, korrekturläsning, redaktörstjänst, lektörshjälp, skrivarkurser och kurser i bokformgivning.

Under alla spalten "Inplacering i värdesystemen" och Distribution I och II-spalterna ska återströmningspilarna löpa med anslutningar till respektive produktionsled. Vulkans tjänster med korrekturläsning, redaktörstjänst, lektörshjälp, skrivarkurser och kurser i bokformgivning behöver återspeglas i modellen. Av detta resonemang drar jag slutsatsen att "Återströmnings"- ledet i Furulands modell behöver specificeras med kategorin "Datornät" och preciseras med "litterära nätsajter som exempelvis Vulkan, korrekturläsning, redaktörstjänst, lektörshjälp, skrivarkurser och kurser i bokformgivning".

7.2 Avslutande kommentarer

Jag tror att förslaget till en kompletterande och preciserande modell av den litterära processen är avgränsat till det svenska litterära systemets förhållanden under 2000-talet, och förmodligen kommer resultatet att bli gammalt inom en snar framtid med tanke på den tekniska utvecklingens hastighet. För att undersökningen skulle få en större räckvidd och tillåta utsagor om den nya litterära arenan även utanför den svenska bokmarknaden så skulle det krävas en jämförelse mellan Vulkan.se och de utländska motsvarigheterna och deras litterära system. En sådan jämförelse låter sig inte göras eftersom jag inte har tid eller erfarenhet av alla aktörerna och de litterära systemen. Det skulle förmodligen gå att göra om undersökningen och prova Vulkan.se mot den svenska Furulands modell av den litterära processen och få fram ungefär samma resultat, men identiskt resultat går förmodligen inte att få fram eftersom jag måste göra mina tolkningar under analysens gång och en annan forskare skulle kunna tolka och analysera på ett annat sätt och därmed komma fram till ett annat resultat.

På Vulkan.se kan författare registrera sig och publicera manuskript som kan provläsas och köpas genom Vulkans nätbokhandel Shopen eller genom andra nätbokhandlar och vanliga bokhandlar ifall boken har ett ISBN-nummer. Böckerna kan oftast köpas både i e-boksformat och i tryckt format, men böckernas upplaga är dock oftast densamma. Det finns med andra ord inget krav på att de tryckta böckerna ska säljas i specialupplagor med nya slut i bokhandeln och det finns inte heller särskilda avdelningar i de vanliga bokhandlarna och nätbokhandlarna för litteratur som har "fötts" på Internet. Några förlag som letar efter populära böcker i nätbokhandeln och erbjuder förlagskontrakt till författarna har jag inte heller hört talas om här i Sverige. Det tyder på att det svenska litterära systemet fungerar på det traditionella sättet där författarna erbjuder förlagen manuskriptet eller publicerar det på eget förlag istället, medan det litterära systemet i Kina har förändrats av den digitala kulturrevolutionen.

En alltför generaliserande modell av den litterära processen skulle bli väldigt intetsägande och tom. Det är därför bra att pröva Furulands modell av den litterära processen mot nya förhållanden i det litterära systemet, och webbpubliceringen är ett nytt förhållande som påverkar bland annat upphovsrätten. I en tid där samhället skakas av globala finansiella kriser så riskerar värden som demokrati och yttrandefrihet att

prövas av ideologier som vill använda demokrati och yttrandefrihet för att själva ta makten i samhället och göra inskränkningar i demokratin och yttrandefriheten. Därför är det viktigt att känna till hur de litterära nätsajterna fungerar i det litterära systemet i jämförelse med de förhållanden för produktion, distribution, konsumtion, inplacering i värdesystem och återströmning som Furulands modell av den litterära processen visar. Ty såväl de litterära nätsajterna som det litterära systemet är beroende av demokrati och yttrandefrihet för att kunna existera och växelverka. Det är fortfarande lättast att bli publicerad i bokform, och med böckernas hjälp kan informationen och kunskapen spridas, opinionen bildas, förändringar skapas och värden som demokrati och yttrandefrihet bevaras.

Furulands modell av den litterära processen är skapad med de nordiska länderna och deras litterära system i åtanke. Därför kan en prövning av Furulands modell av den litterära processen och Vulkan.se i det svenska litterära systemet endast ge ett resultat som är representativt för den svenska bokmarknaden. Kanske kan resultatet även vara representativt för de nordiska ländernas litterära system, eftersom Furulands modell av den litterära processen är det, och möjligen kanske resultatet skulle kunna vara representativt för de amerikanska litterära system som Lulu.com och Authorcrossing.com medverkar i. Dock skulle resultatet förmodligen inte vara representativt för exempelvis det kinesiska litterära systemet eftersom det påverkas av samhället och det politiska systemet i Kina, vilket skiljer sig från det svenska politiska systemet. Ty webbpubliceringen och datoriseringen i samhället förutsätter inte bara en teknisk utveckling med Internet, print-on-demand, digitala tryckpressar och goda telekommunikationer. Den kräver också i mångt och mycket ett öppet samhälle med yttrandefrihet, hög läskunnighet och utbildningsnivå och en ekonomisk tillväxt. Även om den digitala kulturella revolutionen pågår i länder som exempelvis Kina och den ekonomiska tillväxten är god och den tekniska utvecklingen, utbildningsnivån och läskunnigheten är hög, så tror jag inte att resultatet av undersökningen går att generalisera till Kinas litterära system eftersom det politiska systemet inte är demokratiskt och det inte råder samma yttrandefrihet som i Sverige.

Det skulle vara intressant om den framtida forskningen jämförde litterära nätsajter som exempelvis Vulkan.se med Lulu och Authorcrossing, studerade Kapitell's utveckling eller jämförde författare 2.0 med författare 1.0 med avseende på självpublicering och alla de fyra nämnda litterära nätsajterna, eller gjorde en användarstudie av de författare som väljer att publicera sig på litterära nätsajter och av läsarna som köper deras böcker. Veronica Johansson efterlyste forskning om läsarnas attityder till elektronisk publicering och en sådan undersökning tror jag skulle kunna bilda ett underlag för att pröva Furulands modell av den litterära processen med avseende på leden "Konsumtion I-II".

8 Sammanfattning

Frågeställningarna för denna studie har varit: Framträder en i förhållande till Furulands modell av den litterära processen förändrad bild av denna vid en analys av verksamhetsformerna vid den litterära nätsajten Vulkan.se? Hur kan en reviderad version av Furulands modell av den litterära processen konstrueras med utgångspunkt i analysen av verksamhetsformerna vid Vulkan.se?

Teorin har varit litteratursociologi med Furulands modell av den litterära processen som både teoretisk modell och metod eftersom jag har valt att pröva Furulands teoretiska modell av den litterära processen med avseende på leden produktion, distribution, inplacering i värdesystem och återströmning mot verksamhetsformerna produktion, distribution, inplacering i värdesystem och återströmning på den litterära nätsajten Vulkan.se. Jag valde Furulands modell av den litterära processen eftersom den täckte in både de viktiga aktörerna i Darntons modell och gick att tillämpa på det svenska litterära systemet efter 1970, vilket Escarpits modell inte kunde användas till, och dessutom täckte Furulands modell in alla de aspekter av det litterära systemet som jag ville studera (produktion, distribution, inplacering i värdesystem och återströmning). Jag har även använt teoriprövande och teoriutvecklande metod eftersom jag har prövat om Furulands modell av den litterära processen fortfarande håller och sedan utvecklat ett förslag till en uppdaterad modell av Furulands modell av den litterära processen.

Den centrala tidigare forskningen och litteraturen har både utgjort en bakgrund till min studie och integrerats i teorin, metoden, materialet och analysen. Det är därför svårt att redogöra exakt för hur varje del i den tidigare forskningen och litteraturen har använts i varje enskilt steg av studien. Furulands teoretiska modell av den litterära processen har använts med avseende på leden produktion, distribution, inplacering i värdesystem och återströmning, vilka har prövats mot verksamhetsformerna för produktion, distribution, inplacering i värdesystem och återströmning vid Vulkan.se. I produktions- och distributionsledet i Furulands modell av den litterära processen så finns alternativet eget förlag. Yrlid hävdar att eget förlag har varit vanligt ända fram till mitten av 1800-talet och sedan minskat i användning eftersom det har varit alltför dyrt. Den tekniska utvecklingen med stencilering och offsettryck gav nya möjligheter för självpubliceringen och "Författares Bokmaskin" gjorde det möjligt för författarna att ge ut böcker billigare genom att bidra med en egen arbetsinsats.

Gedin hävdar att den tekniska utvecklingen med Internet och print-on-demand kan förändra bokmarknaden och bokutgivningen. Förlagens kostnader för produktion, tryckning, distribution och lagerhållning skulle bland annat minskas genom att förlagen kan ha elektroniska kopior av alla utgivna böcker i en dator och skicka beställningar av enstaka exemplar till en annan dator som trycker upp precis så många exemplar som beställs. Nunberg talar om hur den digitala tekniken kommer att möjliggöra elektroniska kopior av kataloger och handböcker exempelvis, samt elektronisk distribution av e-böcker till användare som kan läsa böckerna på dataskärmen, eller till lokala skrivare där böckerna kan skrivas ut och bindas ihop. Svedjedal menar att e-böckernas form inte kan skilja sig alltför mycket från de traditionella böckerna eftersom läsbarheten måste prioriteras främst och den traditionella bokens svarta text mot vit bakgrund måste därför övertas av e-boken.

Smith & Zachrisson konstaterar att de traditionella förlagen mest använder Internet som en marknadsföringskanal och bara använder utdrag ur tryckta böcker i e-boksformat för att locka läsare att köpa böcker som redan säljer bra i handeln. De nya aktörer som har satsat på e-böcker har inte fått något gensvar från läsarna. Det finns ingen efterfrågan på e-böcker och den elektroniska publiceringen antas bara kunna spara in kostnaderna för tryckningen av den enskilda boken. Lanseringen och marknadsföringen kostar fortfarande lika mycket. Peurell och Svedjedal menar att kvalitén på böckerna kan förändras eftersom förlagen brukar stå för kvalitetskontrollen, vilken försvinner när Internet gör det möjligt för privatpersoner att publicera manuskript och bli både författare och förläggare. Författarens roll förändras i och med dessa möjligheter och förändringen gör att författaren blir i behov av kunskaper i ordbehandling i bokformgivning till exempel. Svedjedal anser att det mest är amatörförfattare som publicerar sig på Internet och Peurell hävdar att författare och läsare kommer att fortsätta föredra traditionella förlag så länge print-on-demandförlagen inte betalar ut ersättningar till författarna och bokutbudet blir bredare och billigare.

Jessica Johansson hävdar att de traditionella förlagen satsar på e-böcker, men det finns inga e-boksläsare som läsarna kan läsa e-böckerna i. Det publiceras redan väldigt många texter på Internet och e-böckerna kommer att ytterligare mängden av texter. De traditionella förlagen spelar därför en viktig roll eftersom de garanterar kvalitén på de utgivna böckerna. Bokutgivningen kommer fortfarande att vara dyr och lanseringen och marknadsföringen kräver både pengar och expertkunskaper, vilket gör att författarna är beroende av förlagen för att kunna göra karriär och nå ut till läsarna. Veronica Johansson menar att elektronisk publicering mest används för utgivning av facklitteratur och att det oftast är hobbykribenter och amatörförfattare som ger ut skönlitteratur på Internet. Elektronisk publicering används inte för läsning, distribution och försäljning av skönlitteratur. Förlagen använder den bara för att marknadsföra böcker som redan säljer bra.

Gidlund hävdar att print-on-demandtekniken underlättar för privatpersoner att ge ut på eget förlag och att det blir billigare och eliminerar risken för osålda exemplar i garaget. Om författaren vill kan denne ta hjälp av expeditörsföretag och få hjälp med distribution och lagerhållning, men marknadsföringen och lanseringen är fortfarande den självpublicerande författarens största utmaning. Vägen till inplacering i värdesystem går enligt Gidlund genom recensioner i lokalpressen och Bibliotekstjänst. Penn anser att de traditionella förlagen letar efter författare som redan har en plattform på Internet och en publik som vill läsa författarens böcker. Sådana författare kallas för författare 2.0. De har en plattform, till exempel en hemsida, blogg eller författarpresentation på Vulkan.se och ifrån plattformen kan de erbjuda läsarna gratis smakprov ur de tryckta böckerna för visa kvalitén på böckerna för läsarna och locka dem att köpa de tryckta böckerna. Författarna kan väcka uppmärksamhet genom att exempelvis blogga och göra pressreleaser och få omedelbar respons och återströmning från läsarna. Seipel hävdar att upphovsrättens roll har blivit allt viktigare i takt med att Internet blir en allt vanligare distributionskanal för text, bilder och musik.

Analysen genomfördes med en analysmodell där jag jämförde leden "Produktion I-II, Distribution I-II, Inplacering i värdesystem och Återströmning" i Furulands modell av den litterära processen med verksamhetsformerna för produktion, distribution, inplacering i värdesystem och återströmning vid Vulkan.se. Resultatet visade att den webbpublicering som den sker på litterära nätsajter som Vulkan.se, kan påverka det litterära systemet med avseende på produktion, distribution, inplacering i värdesystem och återströmning. Slutsatserna blev att vid en analys av verksamhetsformerna vid den

litterära nätsajten Vulkan.se så framträder en förändrad bild av den litterära processen i förhållande till Furulands modell av den litterära processen. Slutsatserna blev vidare att Furulands modell av den litterära processen fortfarande håller med avseende på leden produktion, distribution, inplacering i värdesystem och återströmning. Slutsatserna blev också att modellen bara behöver kompletteras och specificeras med vissa kategorier. En reviderad version av Furulands modell av den litterära processen kan konstrueras med utgångspunkt i analysen av verksamhetsformerna vid Vulkan.se enligt följande:

"Produktion I"-ledet behöver specificeras med avseende på de generella kategorierna "En enskild författare" och "ett enskilt manuskript". Kategorin "En enskild författare" ska preciseras med nyanserna: "En enskild författare, Förstagångsförfattare, Redan etablerade, Företag, organisationer".

"Produktion II"-ledet behöver specificeras med avseende på kategorin "Förlag", vilken bör kompletteras med underkategorin "Litterära nätsajter, Vulkan.se" och kategorin "Datornät" behöver kompletteras med underkategorin "Litterära nätsajter, Vulkan.se".

"Distribution I"-ledet behöver specificeras med avseende på kategorierna "Förlag", "Bokhandlar" och "Datornät". Kategorin "Förlag" bör preciseras med underkategorin: "litterära nätsajter exempelvis Vulkan.se som har egna distributionskanaler som egna nätbutiker och distributionspaket vilka ger tillträda till Libris, KB, Bokrondellen, vissa externa nätbokhandlar", kategorin "Bokhandlar" bör kompletteras med underkategorin "nätbokhandlar" och kategorin "Datornät" behöver kompletteras med "litterära nätsajter, Vulkan.se".

"Distribution II"-ledet behöver kompletteras med kategorin "Internet" och specificeras med underavdelningen "litterära nätsajter exempelvis Vulkan.se när användaren bara köper sitt eget exemplar som ej finns tillgängligt i "Shop", eller när skolor, bibliotek, universitet och andra institutioner ger ut verk på Vulkan.se."

"Inplacering i värdesystem"-ledet behöver kompletteras med kategorin "Datornät" och specificeras med underavdelningen: "litterära nätsajter som exempelvis Vulkan.se med recensioner, 'mest-sålda' och 'senast publicerade-listor', författarintervjuer på Vulkanbloggen och tävlingar som Årets blok".

"Återströmningsledet" behöver kompletteras med kategorin "Datornät" och specificeras med: "litterära nätsajter som exempelvis Vulkan, korrekturläsning, redaktörstjänst, lektörshjälp, skrivarkurser och kurser i bokformgivning".

Konsumtionsleden i Furulands modell av den litterära processen ligger utanför ramen för denna studie och därför kan dessa vara föremål för framtida forskning.

Källförteckning

Alvesson, Mats & Sköldberg, Kaj (2008). *Tolkning och reflektion: vetenskapsfilosofi och kvalitativ metod*. Andra upplagan. Lund: Studentlitteratur.

Arvidsson, Henrik (2008). Litterär boom på nätet. DN. Kultur & Nöje. DN Bok. Publicerat 2008-04-26 kl. 12:03. <<http://www.dn.se/dnbok/litterar-boom-pa-natet-1.770520>>.

Björkman, Margareta (red.) (1998). *Böcker och bibliotek: bokhistoriska texter*. Lund: Studentlitteratur.

Classon, Christer (2007). Vulkan. DigIt. [tis, november 20, 2007 10:11:38]. <<http://digit.digitalboken.se/#post1>>.

Darnton, Robert (1998). Vad är bokhistoria? Ingår i Björkman, Margareta (red.) (1998). *Böcker och bibliotek: bokhistoriska texter*. Lund: Studentlitteratur.

Furuland, Lars (1970a). Den litterära processen. Ingår i Furuland Lars, Rydén Louise & Johansson, Hans Olof (1970), *Avdelningen för litteratursociologi - en presentation*.

Furuland, Lars (1970b). Litteratur och samhälle: Litteratursociologiska frågeställningar. Ingår i Gustafsson, Lars (red.) *Forskningsfält och metoder inom litteraturvetenskapen*. (ALMA-serien, ISSN 9901082633; 24). Stockholm: Wahlström & Widstrand.

Furuland, Lars (2001). Litteratur och samhälle: om litteratursociologin och dess forskningsfält. Ingår i Furuland, Lars & Svedjedal, Johan red. *Litteratursociologi: Texter om litteratur och samhälle*. ([1997] 2001) Lund: Studentlitteratur.

Furuland, Lars (1991). *Ljus över landet: och andra litteratursociologiska uppsatser*. Hedemora: Gidlunds Bokförlag.

GDEB Photobooks (2004), "Gör din egen bok: Din fotobok & fotokalender online". <<http://www.gordinegenbok.se>>.

Gedin, Per I (1997). *Litteraturen i verkligheten: Om bokmarknadens historia och framtid*. Andra bearbetade upplagan. Stockholm: Rabén Prisma.

Gidlund, Krister (2006). *Släpp skrivandet loss! Bokutgivningens nya villkor*. Hedemora: Gidlunds förlag.

Gunder, Anna (2002). Avdelningen för litteratursociologi. Uppsala universitet. <<http://www.littvet.uu.se/lsoc/>>[2009-11-20].

"Hemsida", *Nationalencyklopedin*, <<http://www.ne.se/lang/hemsida>>. [2009-07-11].

Hertel, Hans (1997). Boken i mediasymbiosens tid. Ingår i Furuland, Lars & Svedjedal, Johan red. *Litteratursociologi: Texter om litteratur och samhälle*. ([1997] 2001) Lund: Studentlitteratur.

Jansson, André, "Blogg". *Nationalencyklopedin*, <<http://www.ne.se/lang/blogg>>. [2009-12-01].

"Johan Svedjedal", *Nationalencyklopedin*, <<http://www.ne.se/johan-svedjedal>>, [2009-12-01].

Johansson, Jessica (2001). *Förlagsbranschen i en dynamisk förändringsprocess: En kvalitativ undersökning av tendenser till utveckling inom förlagsbranschen*. Borås: Högskolan i Borås, Bibliotekshögskolan/Biblioteks- och informationsvetenskap. (Magisteruppsats i biblioteks- och informationsvetenskap vid Bibliotekshögskolan/Biblioteks- och informationsvetenskap, 2001:74).

Johansson, Veronica (2002). *Bättre en bok i handen än tio på nätet? En studie av författares och förlags attityder till elektronisk publicering av skönlitteratur*. Borås: Högskolan i Borås, Bibliotekshögskolan/Biblioteks- och informationsvetenskap. (Magisteruppsats i biblioteks- och informationsvetenskap vid Bibliotekshögskolan/Biblioteks- och informationsvetenskap, 2002:22).

Ljungberg, Ann (2008). Ann Ljungberg Författarcoach Lektor Skrivarkurser. <<http://www.ordenrunt.se>>.

Ljungberg, Ann (2005). Orden runt med Ann Ljungberg Författarcoach. (09 november 2005). <<http://www.ordenrunt.blogspot.com>>.

"Litteraturvetenskap", *Nationalencyklopedin*, <<http://www.ne.se/lang/litteraturvetenskap>>. [2009-07-11].

Lulu, Inc. (©2002-2009). Self Publishing – Lulu.com.<<http://www.lulu.com>>.

Lundahl, Bertil, "Kulturrevolutionen". *Nationalencyklopedin*, <<http://www.ne.se/lang/kulturrevolutionen>>. [2009-12-09]. Se även "Kulturrevolution", *Nationalencyklopedin*, <<http://www.ne.se/sve/kulturrevolution>>. [2009-07-11].

Nunberg, Geoffrey (1998). "Böckernas plats i den elektroniska reproduktionens tidsålder" ingår i Björkman, Margareta (red.). *Böcker och bibliotek: bokhistoriska texter*. Lund:Studentlitteratur.

Penn, Joanna (2008). "About The Creative Penn...and Joanna Penn". <<http://www.thecreativepenn.com/about/>>. [2009-12-01].

Penn, Joanna (2009). Author 2.0 Blueprint. <<http://author2zero.com/signup/>>.

Peurell, Erik (2000). *Users and producers on line : Producing, marketing and reading Swedish literature using digital technology*. Stockholm: Kungl. biblioteket. (Acta Bibliothecae Regiae Stockholmiensis).

Piratförlaget AB & Kapitel 1 Förlag AB (2008), "Kapitel1". <<http://www.kapitel1.se>>.

Piratförlaget AB & Kapitel 1 Förlag AB (2008), "Kapitel1/Hjälp/Om Kapitel 1/Vad är kapitel1?". <[http://www.kapitel1.se/info/help#Vad är Kapitel 1?](http://www.kapitel1.se/info/help#Vad%20%C3%A4r%20Kapitel%201?)>.

Poeter.se (2003), "Poeter.se". <<http://www.poeter.se>>.

Publishing Solutions, Inc. (© 2009). Authorcrossing – Self-Publishing powered by Wordclay. <<http://www.authorcrossing.com>>.

Recito (2000), "Sockerdricka.nu". <<http://www.sockerdricka.nu>>.

Seipel, Peter (2009). "Juridiska aspekter på Internet" ingår i "Internet" Sundblad, Yngve. *Nationalencyklopedin* <<http://www.ne.se/lang/internet>>. [2009-07-11].

Seipel, Peter (2009). "Peter Seipel". Institutet för Rättsinformatik. <http://www.juridicum.su.se/iri/organisation/Peter_Seipel/>. [2009-12-01].

Smith, Camilla & Zachrisson, Annika (2000). *Skönlitteraturens nya kläder? Elektronisk publicering av skönlitteratur: en kvalitativ intervjustudie med nio svenska förlag och fyra övriga aktörer på det litterära fältet*. Borås: Högskolan i Borås, Bibliotekshögskolan/Biblioteks- och informationsvetenskap. (Magisteruppsats i biblioteks- och informationsvetenskap vid Bibliotekshögskolan/Biblioteks- och informationsvetenskap, 2000:34).

SOLENTRO AB (2007), "Gör en egen bok: enklaste sättet på marknaden: Solentro". <<http://www.solentro.se>>.

Svedjedal, Johan (1994). *Författare och förläggare: och andra litteratursociologiska studier*. Hedemora: Gidlunds.

Svedjedal, Johan (2009). Förläggaren och det litterära väldet. Ingår i *Tijdschrift voor Skandinavistiek*, vol. 30 (2009), nr. 1 <<http://dpc.uba.uva.nl/tvs/vol30/nr01/art02>>.

Svedjedal, Johan (2000). *The literary web: Literature and Publishing in the Age of Digital Production: A Study in the Sociology of Literature*. Stockholm: Kungl. biblioteket. (Acta Bibliothecae Regiae Stockholmiensis, Skrifter utgivna av Avdelningen för litteratursociologi vid Litteraturvetenskapliga institutionen i Uppsala).

"Webbplats", *Nationalencyklopedin*, <<http://www.ne.se/lang/webbplats>>. [2009-07-11].

"Webbsida", *Nationalencyklopedin*, <<http://www.ne.se/sve/webbsida>>. [2009-07-11].

Vulkanisterna AB (2007). Vulkan.se <<http://www.vulkan.se>>.

Vulkanisterna AB (2009). Vulkan.se har nu 10.000 titlar! <<http://www.vulkanmedia.se/pressrum/vulkanse-har-nu-10000-titlar>>.

Vulkanisterna AB (2009). Pressinfo Vulkan aug/september 2009-08-20. <<http://www.vulkanmedia.se/pressrum/pressinfo-vulkan-augseptember-2009-08-20>>.

Yrliid, Rolf (1998). *Litteraturens villkor*. Tredje upplagan. Lund: Studentlitteratur.