



# 9. Kan ikke leses i badekaret eller på den appen – bokens mangfoldige utvikling for bransje og forbruker

**Linn-Birgit Kampen Kristensen**

**Sammendrag** Kapitlet tar for seg hvordan bokbransjen har håndtert fremveksten av nye tjenester, og hvordan lesere tar i bruk digitale boktjenester. Kapitlet ser på hvordan et mangfoldig boktjenestetilbud påvirker bokens posisjon for leserne og utforsker om de nye boktjenestene fører til en mer mangfoldig bruk. Videre ser Kristensen på hvordan de ulike bokstrømmetjenestene stenger for hverandre i utviklingen av et mangfoldig innhold på tjenestene.

**Nøkkelord** bokbransje | bokstrømmetjenester | mangfold | digitalisering | diffusjon

**Abstract** The chapter deals with how the book industry has handled the emergence of new services, and how readers use digital book services. The chapter looks at how a diverse book service offer affects the book's position for readers and explores whether the new book services lead to a more diverse use. Furthermore, Kristensen looks at how the various book streaming services close to each other in the development of a diverse content on the services

**Keywords** book industry | book streaming | diversity | digitization | diffusion

Har du noen gang vært på veg hjem i kø, på en full buss, på ei ferge uten stabilt internett eller på togtur over fjellet og tenkt du gjerne skulle gått inn i din helt egen verden? Vi har alle vært i situasjoner hvor underholdning spiller en rolle. Der radioen før sto på, har de siste tiårene bydd på muligheten til å ha hele filmsamlin-

gen eller platesamlingen i lomma. Tjenester med strømming av innhold mot en månedlig betaling ble sett på som utenkelig på starten av 2000-tallet, men er nå en selvfølgelig del av samfunnet. Det siste tiåret har også åpnet for at biblioteket kan bli med på tur. Der det før var naturlig å ha en papirbok i sekken eller veska, har en smarttelefon eller et nettbrett tatt over plassen. Det teknologiske mangfoldet har gitt fremskritt som medfører at bokbransjen har måttet omstille seg, og dette har ikke vært uten store debatter om hva formålet med bokbransjen er, og hvordan den skal overleve. Det har kommet norske e-bøker og tilgang til et hav av bøker på andre språk. Digitaliseringen har medført at et større utvalg av bøker på ulike språk er tilgjengelig – og flere måter å lese bøker på, enten digitalt eller fysisk. Med dette har det blitt et større teknokulturelt mangfold, samt bruksmangfold og demografisk mangfold, og nye måter å se boken på. Dette leder til spørsmål om hva endringene medfører for deg og meg som forbrukere, for forfatterne, forleggerne og bokhandlene, og ikke minst hva endringene betyr for mangfoldet? Det er nettopp disse spørsmålene dette kapittelet forsøker å svare på.

I innledningen til denne boken blir det redegjort for ulike mangfoldsdimensjoner. Her skiller det mellom 1) et teknokulturelt mangfold, både formater og selve infrastrukturen i bransjen, 2) distribusjonsmangfold: ulike kanaler – analoge som digitale), 3) mangfold i kulturinnhold – et estetisk-ekspressivt mangfold, 4) mangfold i bruksmåter – hvordan vi konsumerer, og 5) et demografisk mangfold (hvem som er forbrukere). Dette kapittelet ser spesifikt på mangfold i distribusjon og bruksmåter og går raskt innom demografisk mangfold og teknokulturelt mangfold for de ulike formatene. I tillegg til disse dimensjonene vil dette kapittelet innføre brukssituasjon og kontekst som avgjørende for valg av bokformater. I praksis vil de mangfoldsdimensjonene henge sammen, men for analytiske formål kan de behandles individuelt og sees i sammenheng der det er hensiktsmessig og/eller nødvendig. Dette grepet handlet også om måten undersøkelsene i prosjektet er utført på. Befolkningsundersøkelser og brukerundersøkelser har muliggjort ulike innganger til mangfoldsproblematikken, noe som igjen gjør seg synlig i analysene. Spørreundersøkelsene har muliggjort analyser av store mengder informasjon om hvordan vi leser, hva vi leser, hvordan vi vurderer formater mot hverandre, og åpner for å sette dette opp mot demografiske variabler som kjønn, alder, utdanning og bosted.

Først redegjøres det for forventningene i bransjen og fra forskere om trusselen e-boken utgjorde. Så presenteres en modell for digitalisering, diffusjon og diversitet bygget på tre teoretiske ståsteder og empirien fra dette prosjektet. Denne modellen vil danne grunnlaget for diskusjoner videre i kapittelet. Basert på empiri fra to befolkningsundersøkelser ser vi på hva som er hindre eller drivere for bruk

av ulike formater. Så kommer en redegjørelse for bokstrømmetjenestenes posisjon i dagens bokbransje, før en prinsipiell debatt om tilgang til de ulike strømmetjenestene. Målet med dette kapittelet er å vise hvordan befolkningen benytter seg av de ulike boktjenestene, altså hvordan demografisk mangfold spiller inn på teknokulturelt mangfold, hvordan bruksmangfold blander seg inn i hverdagsliv, og hva de ulike mangfoldsdimensjonene betyr for en bransje i stadig endring.

## DIGITALE TJENESTERS FORVENTEDE TRUSSEL

Norge er kjent som et av verdens mest digitaliserte land (Schiro, 2019). Det lange og kuperte landet har god mobildekning og et spredt bredbånd- og fibernett (Fjørtoft, 2017). Denne endringen i våre liv har medført en ny infrastruktur som gjør det mulig for oss å koble en duppeditt til butikker i alle verdens land. For bokbransjen var truslene og mulighetene fra e-boka det mest diskuterte i perioden 2010–2015 (Gran, 2014; Oslo Economics, 2014; Waterhouse et al., 2013), og frykten for at e-bok skulle overta for papirboka uten god regulering var reell (Colbjørnsen, 2015a). De tekniske mulighetene har medført endringer i en rekke bransjer, og under pandemien har hele verdens befolkning fått kjenne på hvordan de teknologiske fremskrittene gjør det mulig for oss å samhandle på nye måter. Internasjonalt fryktet man for bokbransjene i land med små språk i utbredelse at den engelske litteraturen skulle overta for nasjonal litteratur etter hvert som Amazon og Google fikk større fotfeste i landet (Bergström et al., 2017; Bergström og Höglund, 2018; Nilsson et al., 2015). Lanseringen av Amazons Kindle i 2007 ga det amerikanske markedet en rask økning i lesing av e-bøker, og papirboken tapte markedsandeler i økende grad (Finkelstein og McCleery, 2013; Moyer og Thiele, 2012; Striphas, 2009; Thompson, 2012). I bokbransjen har dette medført et behov for endring i hvordan bøker blir distribuert til kundene, og det har ikke vært en enkel prosess (Colbjørnsen, 2014, 2015a). Samtidig viser bruksstatistikken at boklesing taper terreng, uten at man direkte kan skylde på e-boken for dette (Gran, Røssaak og Kristensen, 2019; Kristensen og Solvoll, 2019; Schiro, 2020). Det er en liten økning i e-boklesing ifølge SSB, mens bransjens egen statistikk viser til en massiv økning i e-boklesing blant sine respondenter (Den Norske Forleggerforening, 2015; Den Norske Forleggerforening og Bokhandlerforeningen, 2014; SSB, 2015). Utredninger gjennomført av Forleggerforeningen viser at den tekniske fremgangen er premissgiver for hvor stor suksess e-boken kan få (Den norske Forleggerforeningen, 2012; Prytz, 2013; Rambøll, 2015).

I dag ser man hvordan teknologisk utvikling har vært med på å skape det vi i dag benytter som faste formater. I filmbransjen har man vært gjennom krigen mellom

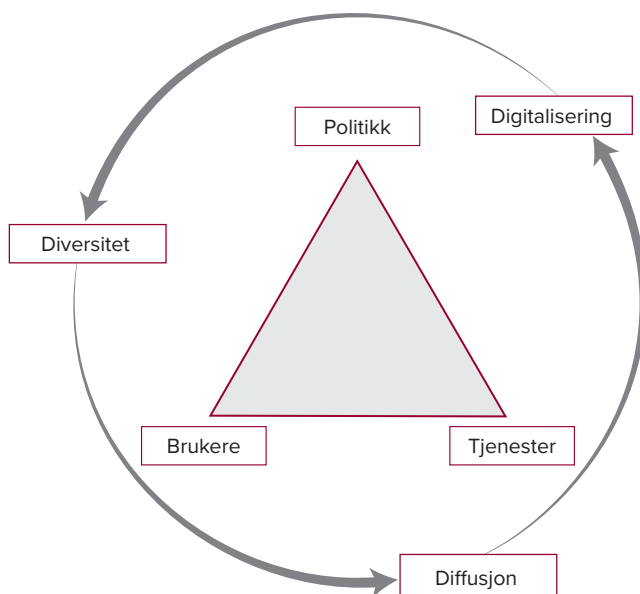
formater en rekke ganger, helt fra VHS og Betamax frem til vi i dag har strømmetjenester for innholdet (Rogers, 2003; Scott Hiller, 2016). For bokbransjen har én standard aldri blitt dominerende med hensyn til e-boken (Bergström og Höglund, 2018). Mange forsøk på å skape tekniske løsninger som lesere blir hos, har fått gjennomgå i pressen, og forbrukerne har ikke strømmet til i store masser (Colbjørnsen, 2015a, 2014). Det er derimot klart at bokstrømmetjenestene tar over for den posisjonen man trodde e-boken skulle ha i bransjen (Gran et al., 2019; Gran, Røssaak og Kristensen, 2018). Disse problemstillingene returneres det til litt senere i kapittelet.

## MODELL FOR BOKBRANSJENS MANGE FASSETTER

I arbeidet med digitalisering og diversitet har en ny konseptuell modell for prosessene i bokbransjen presentert seg. Bøkenes kommunikasjonskretsløp er en velkjent og velanvendt modell, utviklet av Robert Darnton i 1980-årene (Darnton, 1982, 2007). Selv om utgangspunktet for modellen var i bøkens plass i samfunnet på 1700-tallet, har den fått en rekke nye anvendelser de siste årene (se f.eks. Darnton, 2007; Wallin og Nolin, 2019; Wallin, 2019). Modellens utgangspunkt er samhandlingen som skjer i bransjen, mellom aktørene i den og de økonomiske, politiske og sosiale hendelsene i et samfunn. Den nye konseptuelle modellen henter mye fra Darntons (1982) originale modell, men legger til den nye realiteten som dagens samfunn krever. Kort fortalt har modellen sitt utgangspunkt i politikk, tjenester og brukere som alle er en del av bøkens kommunikasjonskrets, slik Darnton har fremlagt det. Spesifikt for Norge er at politikken styrer kulturlivet og regulerer bransjen med hensyn til pris og tilgjengelighet og gir grobunn for en mangfoldig produksjon av litteratur. Tjenestene er både digitale og analoge boktilbud som er tilgjengelig. Her menes alt fra bibliotektilbudene i Norge til Amazon og bokstrømmetjenestene. Brukerne i denne modellen er både de som benytter de ulike tjenestene, og de som ikke benytter tjenestene. Disse tre kontekstene spiller en fremtredende rolle i forskningen som er foretatt, i dette prosjektet og internasjonalt, og de påvirker hverandre bevisst og ubevisst for å skape det man kjenner som norsk bokbransje. På dette viset beholdes Darntons tre grunnpilarer, men de endres til å omfatte både digitale og analoge tjenester.

Modellen inkluderer deretter digitalisering, diversitet og diffusjon som teoretiske ståsteder. Disse tre teoretiske aspektene er flettet sammen og utgjør en del av hjulet som snur seg gjennom bokbransjen, og påvirker alle deler av bransjen og tjenestene. På samme måte som Darnton (1982) har forklart bokens kommunikasjonskretsløp mellom aktørene, legger den nye konseptuelle modellen til grunn at

digitalisering, diversitet og diffusjon spiller en større rolle mellom aktørene i bransjen og forbrukerne enn tidligere. Spesifikt til denne modellen menes digitalisering som «bruk av digitale verktøy i organisasjoner, bransjer, samfunn og lignende» (Brennen og Kreiss, 2016). Med diversitet menes her et mangfold i brukere, i distribusjon og i de teknokulturelle betingelsene. Dette omhandler hvem som bruker hva når de leser bøker, og hvem som velger å ikke lese på hvilket format. Den siste d-en i modellen henviser til Everett Rogers' rammeverk om diffusjon av innovasjoner (Rogers, 2003). I dette rammeverket ser Rogers spesielt på hvordan innovasjoner spres i samfunn basert på fire faktorer: 1. innovasjonen selv, 2. kommunikasjonsperspektivet, 3. tid og 4. sosiale systemer. Modellen er konseptuelt bygget som et resultat av bransjespesifikke studier, men bør testes for andre bransjer for å undersøke gyldigheten av forholdet mellom elementene som inngår i den. Grafisk kan «tre D-modellen» fremstilles slik:



**Figur 9.1:** «Tre D-modellen» grafisk fremstilt.

De tre d-ene er alltid til stede i alle aspekter av tjenesteutvikling, brukerne og politikken, men samtidig påvirker de tre kontekstene hverandre med hensyn til hva som er mulig å gjennomføre. Digitalisering er prosessen med å gjøre objekter digitale, og dermed prosessen med å gå fra analog til digital (Brennen og Kreiss, 2016), men denne prosessen påvirkes også av hva som er gjort tilgjengelig av teknologisk infrastruktur. Når det gjelder teknologisk infrastruktur, er denne i Norge sterkt knyttet til politiske beslutninger som fattes. Det er også viktig å understreke at digi-

talisering gjør det mulig for brukere og informasjon å samhandle med hverandre på nye måter som analoge medier ikke kan replisere (Brennen og Kreiss, 2016). Dette understreker forbindelsen mellom brukere og tjenester i «tre D-modellen», men også prosessen mellom diffusjon og digitalisering. Uten interaktive elementer er de digitale tjenestene bare kopier av de «gamle» mediene (Logan og McLuhan, 2016). Diversitet er beskrevet gjennomgående med hensyn til «bruker og forbruker»-kategorien og distribusjonskategorien, definert tidligere i denne boka (jf. innledningen om diversitetsinndelingen).

## DIGITALISERING

I dette forskningsprosjektet har vi sett nærmere på digitaliseringsprosessen i Nasjonalbiblioteket. Videre er det sett på hvordan funksjonell konvergens kan bidra til at tjenesten oppfattes som mer anvendelig og dermed får større spredning blant befolkningen. Dette understreker båndet mellom digitalisering og diffusjon i modellen og mellom brukere og tjenester. Gjennom undersøkelser basert på lesertall og bibliotekbruk blir kvinner sett på som hovedforbrukerne, og de deltar på flere kulturelle arrangementer enn deres mannlige motstykke (McGeown, Goodwin, Henderson og Wright, 2012). I motsetning til dette er menn funnet å være hovedbrukerne av ny teknologi og digitale verktøy (Chiu og McBride-Chang, 2006; Wang, Chiu, Ho og Lo, 2016). Dette går direkte inn i bruker- og forbrukerdiversitet og spiller samtidig inn på sammenhengen mellom både diversitet og diffusjon i modellen. Når man vurderer bruker- og forbrukerdiversitetsdimensjonen, må brukernes egenskaper sees på, og kjønn og alder er det første som blir gransket. Forholdet mellom brukere og tjenester er også sett på, og hvordan digitalisering skaper et mangfold i tjenester, som igjen skaper en diffusjonsprosess av forskjellige tjenester og dermed understreker viktigheten av den sirkulære bevegelsen av «de tre d-ene» i modellen.

Vendes blikket tilbake til sammenhengen i modellen, viser den også at forholdet mellom disruptive innovasjoner i bokbransjen påvirker den digitale generasjonen (Kristensen og Solvoll, 2019). Spesielt interessant er inntoget av bokstrømmetjenester i bokbransjen som allerede nå i Sverige har tatt over markedet for papirboken i salgshall (Borg, 2021). Når en ser på disse digitale tjenestene og sammenligner med analoge alternativer, belyses prosessen med digitalisering som definert av Brennen og Kreiss (2016). Denne prosessen har også en innvirkning på diversitet i distribusjons- og formidlingskanaler. Forstyrrelsen i distribusjonskanaler er et eget tema for Cunningham et al. (2010), som viser at digitaliseringen gir nye konkurransedyktige markedsområder for bransjer. Ser man videre på bokstrømmetje-

nestene, har også Storytel gjort seg bemerket med sin markedsstrategi i lanseringen, som spiller rett inn på sosiale systemer og kommunikasjonsperspektivet, slik det er presentert av Rogers (2003). Ved inntoget av Storytel som tjeneste i Norge ble det i hovedsak benyttet sosiale medier og influencere som strategi før de ekspanderte til markedsføring via de tradisjonelle mediene (Kristensen, 2018). De sosiale systemene og mellommenneskelig kommunikasjon er sentralt for diffusjon av innovasjoner og har vist seg å være mer effektivt for å forhindre at tjenesten ikke overlever på markedet. Hvor mye vekt som kan legges på de sosiale mediene og markedsstrategien til Storytel ved lansering i Norge, er uvisst, men sammenlignet med andre digitale boktjenester har bokstrømmetjenestene lykkes bedre på markedet enn e-bokleserne. Denne prosessen kan sies å være en konvergens mellom eksisterende markedsrettede tiltak fra tjenestene for å tiltrekke seg brukere og nye tjenester, utviklet som følge av digitaliseringen, som kan bidra til å øke muligheten for å nå en mer mangfoldig gruppe av brukere (Brennen og Kreiss, 2016; Rogers, 2003).

## MANGFOLDIG BRUK – BRUKSDIVERSITET

Det teknokulturelle mangfoldet gjør det nødvendig å finne ut mer om mangfold i bruk hos forbrukerne. Ved å stille spørsmålene «hvilket format leser du?» og «hvorfor leser du dette formatet?» har forskningsprosjektet kunnet finne forskjeller mellom formatene fra et forbrukerperspektiv (Gran et al., 2019). Videre har det sett nærmere på hvordan forbrukerne vurderer e-boken opp mot papirboken og motsatt. Disse spørsmålene gir innsikt i hvilke vurderinger norske lesere foretar bevisst og ubevisst når de skal lese. Totalt ble fem hovedgrupperinger av årsaker til valg av formater funnet: oppfattet mangel på norske bøker i e-bokformat, trøbbel med teknologi, bøker som statussymboler, ulike formater betinger ulik bruk, og valg av format styres av vaner (Kristensen, 2019). Disse fem hovedgrupperingene spiller alle en sentral rolle når en skal diskutere det teknokulturelle mangfoldet, nettopp fordi man ikke vet hvilke faktorer som avgjør valget for forbrukerne i forbindelse med valg av leseformat.

Norske lesere foretrekker i stor grad å lese bøker på norsk, og noe av problemet for e-boken har vært å gjøre forbrukerne oppmerksomme på at det finnes et rikt utvalg av norske bøker tilgjengelig i e-bokformatet. Siden det ikke er noen standard i teknologisk format for e-boken, har det vært en utfordring å lage gode nok filer som kan kjøpes (Bergström og Höglund, 2018; Cassidy et al., 2012; Koeder et al., 2011; Torres et al., 2014). I disse forsøkene har e-bok.no vært en pådriver for å gi tilgang til alle e-bøker kjøpt i ulike norske bokhandler tilgjengelig, uavhengig av

enheten forbrukeren velger å lese på (Kristensen, 2019). I dagens samfunn er markedsføring avgjørende for at forbrukerne skal oppfatte at tilbudet finnes, og tar man utgangspunkt i forskningsresultatene, kan mangel på markedsføring av norske e-bøker være en av grunnene til at den vanlige befolkningen ikke benytter seg av e-bok for lesing (Kristensen, 2019). På den andre siden finnes en gruppe forbrukere som leser e-bøker og klart sier at de leser e-bøker fordi de har tilgang til en mengde bøker på andre språk enn norsk. Dette er deres hovedgrunn til å benytte e-bokformatet.

Trøbbel med teknologien er også et hinder for å lese e-bøker, men ikke for å lytte til en lydbok. Batterikapasitet, nedlastingsproblemer og usikkerhet rundt hvilke knapper som gjør hva, er store hindre for enkelte i valget mellom e-bok eller papirbok (Delgado et al., 2018; Revelle et al., 2014; Shrimplin et al., 2011). For strømmingen oppgis ikke slike problemer, da utformingen på applikasjonene er relativt lik andre applikasjoner forbrukerne har benyttet en lang stund (Kristensen, 2019). Gjenkjennerverdien i strømmetjenester er stor, og dette kan være noe av grunnen til at de øker i popularitet blant leserne. En rekke respondenter oppgir at de foretrekker å lytte til lydbøker rett og slett fordi det er lett å finne frem, og enklere enn andre formater. Som en skriver: «Fleksibelt og enkelt. Har alltid mobilen med meg», og det er nettopp dette aspektet som gir det en klar fordel sammenlignet med e-bokformatet. En forbruker oppgir: «Jeg skulle gjerne lest mer på nettbrettet mitt, for jeg har jo appen. Men det er så vanskelig å finne ut hvordan jeg laster ned boken, lagrer den riktig, får satt inn bokmerket riktig og kan stenge appen uten at jeg er usikker.» En annen oppgir dette: «Jeg er livredd når jeg leser en e-bok, for når jeg først leser, kan timene gå fort, og jeg aner ikke hvor lenge batteriet varer på nettbrettet. Jeg ønsker meg en Kindle, men det betyr at jeg får enda en teknisk ting å holde styr på.» For andre er konsentrasjon et problem når man leser på en skjerm. Bare fordi man sitter på en teknisk løsning, kan man bli forstyrret av et varsel, bli fristet til å surfe på nett eller spille et spill fremfor å lese fokusert. Dette er også oppgitt som et av de største hindrene teknologien har for lesing. Blant dem som oppgir at de leser på skjerm, er det fortsatt forbedringspunkter som gjør det til et meget godt valg. I løpet av en normal arbeidsdag sitter de fleste av oss foran en eller annen skjerm og gjør vår jobb. På fritiden blir da skjermens kvalitet meget viktig for å gjøre skjermbasert lesing til en hyggelig affære. Som en forbruker sier: «Det er noe med å ha boken fysisk i hendene som gjør at jeg liker denne formen best. Jeg synes også at man sitter nok foran pc på skole/jobb; hodet og øynene har godt av litt avkobling fra skjerm.» Muligheten til å kontrollere lyset, zoome inn og ut samt kunne lese uten å forstyrre andre sees på som de største fordelene. En forbruker sier det på denne måten: «Leser 99 % av alle bøker i rent tekstformat på



Kindelen, kan ta med hele bokhylla på tur, lett tilgang til sitater, plager ikke mannen med leselys på kvelden, kan holdes med én hånd og tar ikke stor plass i vesken.» Trøbbel og usikkerhet rundt teknologien som benyttes, henger sterkt sammen med hvordan teknologi blir akseptert som en naturlig del av livet (Davis, 1989; Venkatesh et al., 2003; Venkatesh og Davis, 2000), men er ikke noe som ikke kan løses opp i ved gjentatt bruk og øvelse (Venkatesh et al., 2016).

Uavhengig av om forbrukeren primært lytter til lydbok eller leser på skjerm eller på papir, beholder bøker sin plass som statussymbol. Mange av forbrukerne som fast lytter til lydbok eller leser på skjerm, sier de velger ut de beste bøkene og kjøper dem fysisk også. Papirboken kan dermed stå i bokhyllen i stuen og får et sosialt aspekt ved seg som ikke er like lett å kopiere i den digitale verden (Helm et al., 2018). Selv om det finnes en rekke tjenester som gjør det mulig å skape en digital bokhylle du kan vise til omverdenen, betinger det at vennene også er på samme plattform (Shim et al., 2016). En bokhylle i hjemmet gir et annet inntrykk av personen og er dypt knyttet til evnen til å vise frem seg selv (Bourdieu, 1986; Helm et al., 2018). Som en forbruker sier: «Fordi en bok er et helt konsept – ikke bare teksten, men bokutstyret. En bok kan man både streke under i og ha i bokhylla etterpå.» En annen papirbokleser sier det på denne måten: «Å ha mange bøker i hylla viser at man er intelligent. Man kan også lett låne bøker til/fra hverandre.» En tredje leser, som foretrekker papir, sier det slik: «Fordi det er hyggelig å ha boken i hylla etter man har lest den, og jeg liker å fylle opp bokhyllen.»

Mangfold i formater fordrer også en mer mangfoldig bruk og distribusjon. Dette oppgir også forbrukerne i sin vurdering av format. Ifølge brukerne er det ikke slik at et lesebrett egner seg på sandstranden, på bassengkanten eller i badekaret. En papirbok egner seg kanskje ikke like godt på lengre reiser eller i øsende regn mens du venter på en buss eller et tog. Hvor man er, eller hva man skal gjøre når man skal lese, er i stor grad med på å avgjøre hvorvidt man går for en digital bok eller en papirbok. Som en respondent sier: «Jeg kan ikke lese på nettbrettet ved bassenget, men jeg kan lese i en papirbok der. Samtidig kan jeg ikke ta med meg fjorten papirbøker på toget, men jeg kan ta med meg nettbrettet.» Dette illustrerer godt hvordan de ulike formatene bidrar til en mer mangfoldig lesehverdag og bruk. Samtidig er det interessant at lydboken får et mer allsidig blikk blant forbrukerne enn e-boken og papirboken gjør. Det er ikke for alle å sette seg ned med en fysisk bok og lese, men noen foretrekker å lytte til en bok mens de pendler (Tattersall, Wallin og Nolin, 2019). Lydbokens allsidighet blir trukket frem som hovedgrunn til at dette formatet foretrekkes: «Jeg hører på lydbøker når jeg er alene – for eksempel når jeg går tur, utfører gjøremål hjemme, kjører bil.» Å lytte til en bok

fungerer dermed som underholdning på lik linje med podkaster og musikk når man gjør andre ting.

Til slutt er det viktig å understreke at vane spiller en meget sterk rolle i hvilket format man velger som leser. Det er ikke overraskende at et stort flertall av de som leser papirbøker, oppgir at de gjør det på grunn av vane. Disse forbrukerne har vokst opp med papirbøker og har blitt ved den vanen (Bergström og Höglund, 2018; Kristensen, 2019; Shin, 2011). Som en forbruker sier det: «Kanskje jeg begynner å bli gammel, men jeg liker klart best å sitte med den fysiske boken. Leser aviser på pc og mobil, men når jeg skal kose meg med en bok, blir det papir her, ja.» Å endre vaner tar tid, men er ikke uoppnåelig. Som tidligere nevnt har menneskeheten opp gjennom tiden klart å endre sine vaner og ta i bruk nye tekniske verktøy i sin hverdag. Her er det også viktig å skille mellom arbeidshverdag og fritid, for et flertall av forbrukerne oppgir at de leser alle arbeidsdokumenter digitalt, men skjønnlitteraturen leses på papir av gammel vane. En leser sier det slik: «Jeg sitter ved pc-skjermen i minst åtte timer om dagen – da er det fint å slippe skjerm når en kommer hjem.» For bokbransjens del har oppblomstringen av strømmetjenester bidratt til et nytt marked for strømming av lydbøker, og ved å kunne replisere musikkstrømmetjenestenes enkelhet har bokstrømmetjenestene fått godt fotfeste. De som oppgir at de lytter til lydbok, har med enkelhet gått over til dette fordi det er en liten overgang å bytte applikasjon når du skal lytte. At bokstrømmetjenestene har muligheten til å oppfattes som like enkle som andre applikasjoner, gjør at brukerne av disse tjenestene oppgir dette som hovedgrunn for å lytte og sammenligner det med å lytte til podkaster og musikk. Vanen er derfor å lytte til noe, fremfor å lese generelt.

## **STRØMMING INNTAR BOKBRANSJEN – DIFFUSJON AV STRØMMEDE LYDBØKER**

Siden digitalisering har skapt et mangfold av tjenester, har brukerne fått et større utvalg av når, hvor og hvordan de skal bruke tjenestene for å gjøre dem compatible med sitt eget liv. Denne prosessen går inn under diffusjon i «tre D-modellen», presentert i innledningen. I dette skaper mangfoldet i livsstil mangfold i bruk av tjenester, og dette kan bidra til en mangfoldig spredning av tjenestene når de tilpasser seg brukernes livsstil. Forskerne har de seneste årene forsket mye på bruk og ikke-bruk av e-bøker (Bergström og Höglund, 2018; Girard, 2014; Loebbecke, 2010; Maxim og Maxim, 2012; Nwagwu og Okafor, 2014; Quan-Haase et al., 2014). Når en nå ser på hvilke løsninger som forbrukerne ønsker, er det et tydelig skifte hvor forbrukerne i større grad vender seg til lydboken og lydbokstrømmetjenester som

Audible, Storytel og Fabel (Kristensen, 2019; Kristensen og Solvoll, 2019; Kristensen og Lüders, 2020). Bokbransjen i Norge har de siste årene satset sterkt på utvikling av lydboktjenester og inngått samarbeid med internasjonale aktører. På grunn av dette har lydboken opplevd den sterkeste økningen i bruk i et ellers nedadgående bokmarked (Den Norske Forleggerforening, 2019). Omsetning fra strømming av lydbøker er liten sammenlignet med salg av trykte bøker, men det utelukker ikke at disse forbrukerne er interessante å se nærmere på.

Forskning utført i forbindelse med «Digitization and Diversity»-prosjektet viser at brukerne av bokstrømmetjenester har lavere gjennomsnittsalder enn ikke-brukerne. Samtidig benytter brukerne av strømmetjenestene fortsatt e-bok og papirbok for å lese, og de leser mer enn dem som ikke bruker strømmetjenester (Kristensen og Lüders, 2020). Mer interessant er det at brukerne av bokstrømmetjenester i større grad oppgir at de benytter strømmetjenestene fordi det har praktisk fordel ingen av de andre boktjenestene har – nemlig kompatibilitet med enheter man allerede har og benytter i sitt hverdagsliv. Dette gjør at disse tjenestene fremstår som enklere å benytte enn et nettbrett, som ikke har noen kryssfunksjon med andre områder av vårt liv (Kristensen og Lüders, 2020). Denne formen for kryssfunksjoner er forsket på av Brennen og Kreiss (2016) og har fått benevnningen funksjonell konvergens. Funksjonell konvergens er en betingelse som må være på plass for at den nye tekniske løsningen skal overta et marked og bli ledende (Brennen og Kreiss, 2016). Digitalisering og konvergens kan komme som et resultat av at digitalisering har innvirkning på hvordan tjenestene utvikles og brukes. Som påpekt av Brennen og Kreiss har digitalisering bidratt til å endre næringens tjenestetilbud, politikk og hvordan forbrukerne anvender informasjon i hverdagen (2016).

## **HVEM SKAL VÆRE PÅ HVILKEN TJENESTE?**

Samtidig som funksjonell konvergens har mye å si for den faktiske bruken av et produkt (Chen og Granitz, 2012; Huang et al., 2017), har forbrukerne oppgitt at de ønsker å se et bredt utvalg av bøker på strømmetjenestene. Sverige har i løpet av 2020 sett at lydboken som format går forbi papirboken i salgstall (Borg, 2021). Dette åpner for en diskusjon om hvilke bøker som er tilgjengelige på strømmetjenestene, og hvilke forfattere som blir lest. Denne diskusjonen faller inn under distribusjonsmangfold og er en viktig del av tilgjengeligheten for bøker i Norge. Ønsket om tilgjengelighet på ulike plattformer er også til stede hos forfattere, og dette har ført til store offentlige diskusjoner om konkurransen mellom strømmetjenestene og opprettelsen av strømmeavtaler mellom forlagene og forfatterne.

For mens Storytel er deleid av Cappelen-Damm, er Fabel heleid av Aschehoug og Gyldendal gjennom Lydbokforlaget, og Ebok Pluss eies av ebok.no. Dette medfører at noen forfattere automatisk blir lagt ut på bokstrømmetjenesten tilhørende sitt forlag, men ikke på bokstrømmetjenesten tilhørende et annet forlag. Videre har det vært store diskusjoner om hvem som skal få komme inn i det norske markedet og tilby nye bokstrømmetjenester, samt hvem som skal levere innhold til de ulike tjenestene. Et mangfoldig og konkurransepreget marked med ulike tilbydere er kjent for å være markedsøkonomiens sterkeste kort (Porter, 2008), men i den norske bokbransjen har oppblomstringen av tjenestene ført til en ny problemstilling med tilgang.

Det siste års avisoppslag om utestengelse fra tjenester og utnyttelse av forfatter-skap i kampen om flere brukere har hatt profiler som Jørn Lier Horst, Unni Lindell, Tom Egeland og Tom Kristensen i spissen (Norli et al., 2020). Forfatterne hevder de taper store inntekter ved å bli låst til én tjeneste, og samtidig stiller de spørsmål om hvorvidt bokavtalens skaffe- og leveringsplikt også skal gjelde for strømmetjenestene. I en perfekt verdenen skulle alle tjenester kunne tilby det samme innholdet, men denne perfekte verden har ennå ikke gjort seg gjeldende i de norske bokstrømmetjenestene. Forlagene har, med noen unntak, ikke frigjort materiale fra forfattere knyttet til konkurrentens tjeneste, og dermed taper forfatterne lesere og vederlag for sine produkter. Bokavtalens skaffe- og leveringsplikt har regulert tilgjengeligheten for bøker i bokhandler og sikret at forbrukerne kan få tak i en bok uavhengig av hvem som eier bokhandelen. Dette betyr at de kan få tak i bøker skrevet av forfattere utgitt på Aschehoug i Ark bokhandel, som er eid av Gyldendal, og bøker utgitt på Gyldendal i Norli bokhandel, selv om de er deleid av Aschehoug (Andreassen, 2006; Paulsen, 2015). Politikken i bransjen og i landet har lagt til rette for en mangfoldig distribusjon av bøker og bidratt til å sikre tilgangen for forbrukerne. De store taperne i kampen mellom de ulike bokstrømmetjenestene i Norge er forfatterne og forbrukerne. Så lenge tjenestene fortsetter å låse forfatterne til enkelte tjenester, er ikke forbrukeren i stand til å velge den tjenesten de selv synes er best, men den tjenesten de finner ønsket forfatter på. Samtidig gjør denne låsingen av forfattere det vanskelig for forbrukeren å manøvrere mellom tjenestene, og det kan skape misnøye med tjenestene som er vanskelig å endre på, selv om konflikten om tilgjengelighet løses. Som beskrevet ovenfor har noe av problemet med e-bøker vært at forbrukerne ikke har oversikt over at det i stor grad finnes norsk-språklige bøker tilgjengelig. For strømmetjenestene kan problemet i fremtiden være at forbrukerne vender seg bort fra tjenestene fordi de ikke får det innholdet de ønsker.

I det svenske bokstrømmemarkedet leverer alle forlag til alle tjenestene uavhengig av eierskap til tjenesten. Dette har ført til en økt interesse for bokstrømmetjenester i Sverige og et sunnere marked å konkurrere i (Norli, 2020). Nextory, som er Sveriges nest største strømmetjeneste, ønsker også å entre det norske bokstrømmemarkedet, men har ifølge VG ikke gjort det grunnet konkurranseforholdet med de tre store forlagene i Norge. Dette kan potensielt skade mangfoldet i den norske bokbransjen kraftig, men også påvirke lesevilligheten i den norske befolkningen på sikt. Lesing som aktivitet har gått ned blant den norske befolkningen i lang tid og fremstår som taperen i konkurransen med andre fritidsaktiviteter og medietyper (Schiro, 2020, 2019). Oppblomstringen av bokstrømmetjenester har demmet opp for lekkasjen av lesere i de andre nordiske landene, og det er ingen grunn til å tro at det norske markedet er noe annerledes (Rogne, 2020).

Diffusjonsteori påpeker at tilgjengeligheten av innhold på ulike tjenester er avgjørende for at tjenestene spres i en befolkning (Quan-Haase et al., 2014; Raynard, 2017; Rogers, 2003). Noe av nøkkelen til at et mangfold i tjenester kan leve godt side om side, er ulikheten mellom dem på utforming og ikke nødvendigvis innhold (Christensen et al., 2015). For bokstrømmetjenestene dreier dette seg i hovedsak om utforming av applikasjon, hvilke funksjoner den har, og hvor godt applikasjonene passer inn i abonnentenes hverdagsliv. For forfatterne handler bokstrømmekrigen i all hovedsak om tilgang til lesere og til inntekter. Potensielt taper forfatterne millioner av kroner i løpet av et forfatterskap på å være låst til en enkelt tjeneste. Samtidig blir det enda vanskeligere for en forfatter å bytte forlag da hun eller han må legge til den finansielle byrden ved å ikke være tilknyttet en stor bokstrømmetjeneste.

## KONKLUSJON

For bokbransjen i Norge haster det med tiltak som kan sikre konkurransevilkårene på lang sikt. Både forfattere, forlag og tjenestetilbydere er tjent med gode kontrakter som sikrer at de får støtte blant brukerne, og kan øke inntjeningen for alle formater. Den norske bokbransjen er i en særskilt situasjon, slik den er regulert med direkte momsfriskat for papir og e-bøker i dag, og dette er ment som markedsstimulerende tiltak, men skal også sikre en rik kulturarv for nasjonen Norge (Andrassen, 2006; Colbjørnsen, 2015a, 2015b). Slik det fremstår for brukerne i dag, har bokstrømmetjenestene overtatt markedet som et fullgodt alternativ for noen, mens andre igjen tviholder på papirboken. Modellen som er presentert, er et forsøk på å samle de prosessene som foregår mellom politikerne, tjenestetilbyderne og brukerne i dagens samfunn. Ved å samle disse kan man favne om mangfoldet

de tre kontekstene tilbyr, men også hegne om diversitet som selvstendig politisk mål. Videre er det viktig at bokbransjen evner å komme opp med gode avtaler seg imellom som sikrer en levedyktig bransje i fremtiden. Kort oppsummert kan man si at bokbransjen passer godt inn i beskrivelsen en respondent ga på spørsmålet «hvorfør leser du på ulike formater?»: «Jeg ville aldri gitt opp å lese bok på papir! Det er noe med å kunne ha noe håndfast. Hele boken er kunstverket, forsiden, baksiden, lukten av papiret. Brettkanter. Det er disse tingene som gjør hele opplevelsen! Alt foregår på en skjerm for tiden, så jeg foretrekker papirboken, selv om lyd-bok også er bra.»

## REFERANSER

- Andreassen, T. (2006) *Bok-Norge: en litteratursosiologisk oversikt* (3. utg.). Oslo: Universitetsforlaget.
- Bergström, A. og Höglund, L. (2018) E-books: In the shadow of print. *Converg. Int. J. Res. into New Media Technol.* 17, 135485651880893. <https://doi.org/10.1177/1354856518808936>
- Bergström, A., Höglund, L., Maceviciute, E., Milsson, S.K., Wallin, B. og Wilson, T.D. (2017) *Books on screens players in the Swedish e-book market* (1. utg.). Göteborg: Nordicom.
- Borg, A. (2021) Litterära röster tystas i bokens nya kretslopp. *Sven. Dagbladet* 26.
- Bourdieu, P. (1986) The forms of capital, i Richardson, J.G. (red.) *Handbook of theory and research for the sociology of education*. Greenwood Publishing Group Inc., Westport, s. 15–29.
- Brennen, J.S. og Kreiss, D. (2016) Digitalization. *Int. Encycl. Commun. theory Philos.*, s. 1–11.
- Cassidy, E.D., Martinez, M. og Shen, L. (2012) Not in love, or not in the know? Graduate student and faculty use (and non-use) of e-books. *J. Acad. Librariansh.* 38, s. 326–332. <https://doi.org/10.1016/J.ACALIB.2012.08.005>
- Chen, S. og Granitz, N. (2012) Adoption, rejection, or convergence: Consumer attitudes toward book digitization. *J. Bus. Res.* 65, s. 1219–1225. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2011.06.038>
- Christensen, C.M., Raynor, M. og McDonal, R. (2015) What Is Disruptive Innovation? *Harv. Bus. Rev.*, 93, s. 44–53. <https://doi.org/10.1353/abr.2012.0147>
- Colbjørnsen, T. (2015a) Store og små aktørers tilnærming til digitalisering i den norske bokbransjen. *Prakt. økonomi Finans*, 31, s. 160–169.
- Colbjørnsen, T. (2015b) What is the VAT? The policies and practices of value added tax on ebooks in Europe. *Int. J. Cult. Policy* 21, s. 326–343. <https://doi.org/10.1080/10286632.2014.904298>
- Colbjørnsen, T. (2014) Digital divergence: analysing strategy, interpretation and controversy in the case of the introduction of an ebook reader technology. *Information, Commun. Soc.*, 18, s. 32–47. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2014.924982>
- Darnton, R. (2007) What is the history of books? Revisited. *Mod. Intellect. Hist.*, 4, s. 495–508. <https://doi.org/10.1017/S1479244307001370>
- Darnton, R. (1982) What is the history of books? *Daedalus*, s. 65–83.
- Davis, F.D. (1989) Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Q.* 13, s. 319. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Delgado, P., Vargas, C., Ackerman, R. og Salmerón, L. (2018) Don't throw away your printed books: A meta-analysis on the effects of reading media on reading comprehension. *Educ. Res. Rev.*, 25, s. 23–38. <https://doi.org/10.1016/J.EDUREV.2018.09.003>

- Den Norske Forleggerforening (2019) *Bokmarkedet 2018 – Forleggerforeningens bransjestatistikk*. Oslo.
- Den Norske Forleggerforening (2015) *Bransjestatistikk 2014*.
- Den Norske Forleggerforening (2014) *Bokhandlerforeningen, 2014. Leserundersøkelsen 2014*.
- Den norske Forleggerforeningen (2012) *Det digitale bok-Norge. Tredje rapport 2012*.
- Den Norske Forleggerforeningen (2012) *Digitale veier til leserne*.
- Finkelstein, D. og McCleery, A. (2013) *An introduction to book history* (2. utg.). New York: Routledge.
- Fjørtoft, T.O. (2017) Norge i Europatoppen på digitale ferdigheter – SSB. 19.05.2017. Tilgjengelig fra: <https://www.ssb.no/teknologi-og-innovasjon/artikler-og-publikasjoner/norge-i-europatoppen-pa-digitale-ferdigheter> (Hentet: 6.5.19).
- Girard, A. (2014) Reader's block: A systematic review of barriers to adoption, access and use in e-book user studies. *Inf. Res.* 19.
- Gran, A.-B., Kristensen, L.-B.K., Røssaak, E., Sverdljuk, J., Furseth, P.I., Alm, K. og Moreno, V. (2019) Bokforbruk, bibliotek og lesing i digitale tider. Rapport #4.
- Gran, A.-B., Røssaak, E. og Kristensen, L.-B.K. (2018) Digitalisering av bok og bibliotek. DnD-rapport 2., Digitalisering av bok og bibliotek. DnD-rapport 2. Handelshøyskolen BI, Centre for Creative Industries.
- Gran, A. (2014) Digitale tider i kulturlivet. *Sociol. i dag*, 44, s. 13–38.
- Gran, A.-B., Røssaak, E. og Kristensen, L.-B.K. (2019) Digital infrastructure for diversity – On Digital Bookshelf and Google Books. *J. Arts Manag. Law Soc.*, 49, s. 171–187. <https://doi.org/10.1080/10632921.2019.1581114>
- Helm, S. V., Ligon, V., Stovall, T. og Van Riper, S. (2018) Consumer interpretations of digital ownership in the book market. *Electron. Mark.*, 28, s. 177–189. <https://doi.org/10.1007/s12525-018-0293-6>
- Huang, L.C., Shiau, W.L. og Lin, Y.H. (2017) What factors satisfy e-book store customers? Development of a model to evaluate e-book user behavior and satisfaction. *Internet Res.* 27. <https://doi.org/10.1108/IntR-05-2016-0142>
- Koeder, M.J., Mohammed, U. og Sugai, P. (2011) Study of consumer attitudes towards connected reader devices in Japan based on the decomposed Theory of Planned Behavior. *Econ. Manag. Ser.*
- Kristensen, L.-B.K. (2018) Leveraging blogger influence in the launch of Storytel, i Norsk medieforskerkonferanse.
- Kristensen, L.-B.K. (2019) How to choose a format: Consumers' evaluation in choosing a format for reading books in Norway. *J. Electron. Publ.*, 22. <https://doi.org/10.3998/3336451.0022.102>
- Kristensen, L.-B.K. og Lüders, M. (2020) Convenient and worth the price? Identifying early users and predicting future use of book streaming services. Forthcoming.
- Kristensen, L.-B.K. og Solvoll, M. (2019a) Digital payments for a digital generation. *Nord. J. Media Stud.*, 1, s. 125–136. <https://doi.org/10.2478/njms-2019-0008>
- Kristensen, L.-B.K. og Solvoll, M. (2019b) Digital payments for a digital generation: Disruptive technology in book and local newspaper industries. *Nord. J. Media Stud.* 1, s. 125–136.
- Loebbecke, C. (2010) The emergence of Ebooks: Just another media industry joining the converging digital world? An Explorative Study on User Preferences and Industry Structure Changes. TPRC 2010.
- Maxim, A. og Maxim, A. (2012) The role of e-books in reshaping the publishing industry. *Procedia – Soc. Behav. Sci.*, 62, s. 1046–1050. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.09.178>
- Moyer, J.E. og Thiele, J. (2012) E-books and readers in public libraries: literature review and case study. *New Libr. World*, 113, s. 262–269. <https://doi.org/10.1108/03074801211226346>

- Nilsson, S.K., Maceviciute, E., Wilson, T., Bergström, A. og Höglund, L. (2015) The tensions of e-book creation and distribution in a small-language culture. *North. Light. Film Media Stud. Yearb.* 13, s. 29–47. [https://doi.org/10.1386/nl.13.1.29\\_1](https://doi.org/10.1386/nl.13.1.29_1)
- Norli, C. (2020) Svensk konkurrent om strømmekrigen: Mener norske forlag ikke vil ha mer konkurranse. VG.
- Norli, C., Ighanian, C.G., Pettersen, J. og Hansen, F. (2020) Forfattere ut mot storforlagene: – Nå er det nok! VG. Tilgjengelig fra: <https://www.vg.no/rampelys/bok/i/x3P8kQ/forfattere-ut-mot-storforlagene-naa-er-det-nok> (Hentet: 10.22.20).
- Nwagwu, W.E. og Okafor, J.-L. (2014) Diffusion of ebooks among postgraduate students of the University of Ibadan, Nigeria. *Libr. Rev.*, 63, s. 86–109. <https://doi.org/10.1108/LR-04-2013-0056>
- Oslo Economics. (2014) Konsekvensanalyse av ulike merverdiavgiftscenarier for bøker.
- Paulsen, K.H. (2015) Nye tjenester i et etablert marked.
- Porter, M.E. (2008) *On Competition*, Harvard Business Review Book. Harvard Business Review Press, Boston.
- Prytz, Ø. (2013) *Litteratur i digitale omgivelser*. Oslo.
- Quan-Haase, A., Martin, K. og Schreurs, K. (2014) Not all on the same page: E-book adoption and technology exploration by seniors. *Inf. Res.*, 19.
- Rambøll. (2015) Kulturdepartementet: utredning om e-bøker og utlån i bibliotek.
- Raynard, M. (2017) Understanding academic e-books through the diffusion of innovations theory as a basis for developing effective marketing and educational strategies. *J. Acad. Librariansh.*, 43. <https://doi.org/10.1016/j.acalib.2016.08.011>
- Revelle, A., Messner, K., Shrimplin, A. og Hurst, S. (2014) Book lovers, technophiles, pragmatists, and printers: The social and demographic structure of user attitudes toward e-books. *Coll. Res. Libr.*, 73, s. 420–429. <https://doi.org/10.5860/crl-288>
- Rogers, E.M. (2003) *Diffusion of innovations* (5. utg.). Free Press.
- Rogne, V. (2020) Strømme-verden på vippepunktet. BOK365.no.
- Schiro, E.C. (2020) Norsk mediebarometer 2019. Oslo/Kongsvinger.
- Schiro, E.C. (2019) Norsk mediebarometer 2018. Oslo/Kongsvinger.
- Scott Hiller, R. (2016) Sales displacement and streaming music: Evidence from YouTube. *Inf. Econ. Policy*, 34, 16–26. <https://doi.org/10.1016/j.infoecopol.2015.12.002>
- Shim, D., Kim, J.G. og Altmann, J. (2016) Identifying key drivers and bottlenecks in the adoption of E-book readers in Korea. *Telemat. Informatics* 33, s. 860–871. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2015.12.009>
- Shin, D.-H. (2011) Understanding e-book users: Uses and gratification expectancy model. *New Media Soc.*, 13, s. 260–278. <https://doi.org/10.1177/1461444810372163>
- Shrimplin, A.K., Revelle, A., Hurst, S. og Messner, K. (2011) Contradictions and consensus-clusters of opinions on e-books. *Coll. Res. Libr.*, 72, s. 181–190.
- SSB. (2015) Norsk mediebarometer 2014. Statistisk sentralbyrå.
- Striphas, T. (2009) *The late age of print: Everyday book culture from consumerism to control*. New York: Columbia University Press.
- Thompson, J.B. (2012) *Merchants of culture: The publishing business in the twenty-first century* (2. utg.). Cambridge: Polity Press.
- Torres, R., Johnson, V. og Imhonde, B. (2014) The impact of content type and availability on ebook reader adoption. *J. Comput. Inf. Syst.* 54, s. 42–51. <https://doi.org/10.1080/08874417.2014.11645721>
- Venkatesh, V. og Davis, F.D. (2000) A theoretical extension of the technology acceptance model: Four longitudinal field studies. *Manage. Sci.*, 46, s. 186–204. <https://doi.org/10.1287/mnsc.46.2.186.11926>
- Venkatesh, V., Morris, M.G., Davis, G.B. og Davis, F.D. (2003) User Acceptance of Information technology. *Toward A Unified View*, 27, s. 425–478.



- Venkatesh, V., Thong, J. og Xu, X. (2016) Unified theory of acceptance and use of technology: A synthesis and the road ahead. *J. Assoc. Inf. Syst.*, 17, s. 328–376. <https://doi.org/10.17705/1jais.00428>
- Wallin, B. (2019) Selling and lending e-books: Changes in the Swedish literary field.
- Wallin, E.T. og Nolin, J. (2019) Time to read: Exploring the timespaces of subscription-based audio-books. *New Media Soc.*, 22, s. 470–488. <https://doi.org/10.1177/1461444819864691>
- Waterhouse, T.A., Due, B., Madsen, K., Nortvedt, T., Rettberg, J.W., Bakås, T.H., Martinsen, P., Pedersen, P.E., Leknes, J., Nag, T. og Lie, H.W. (2013) Hindre for digital verdiskapning.