

15. DECEMBER 2022

**Læseflimmer.** BookTok er et parallelunivers, et litterært liv, der løber ved siden af den øvrige bogverden – og som for længst er løbet fra alle os andre.

# Frie læsetøjler

AMALIE SCHROLL MUNK

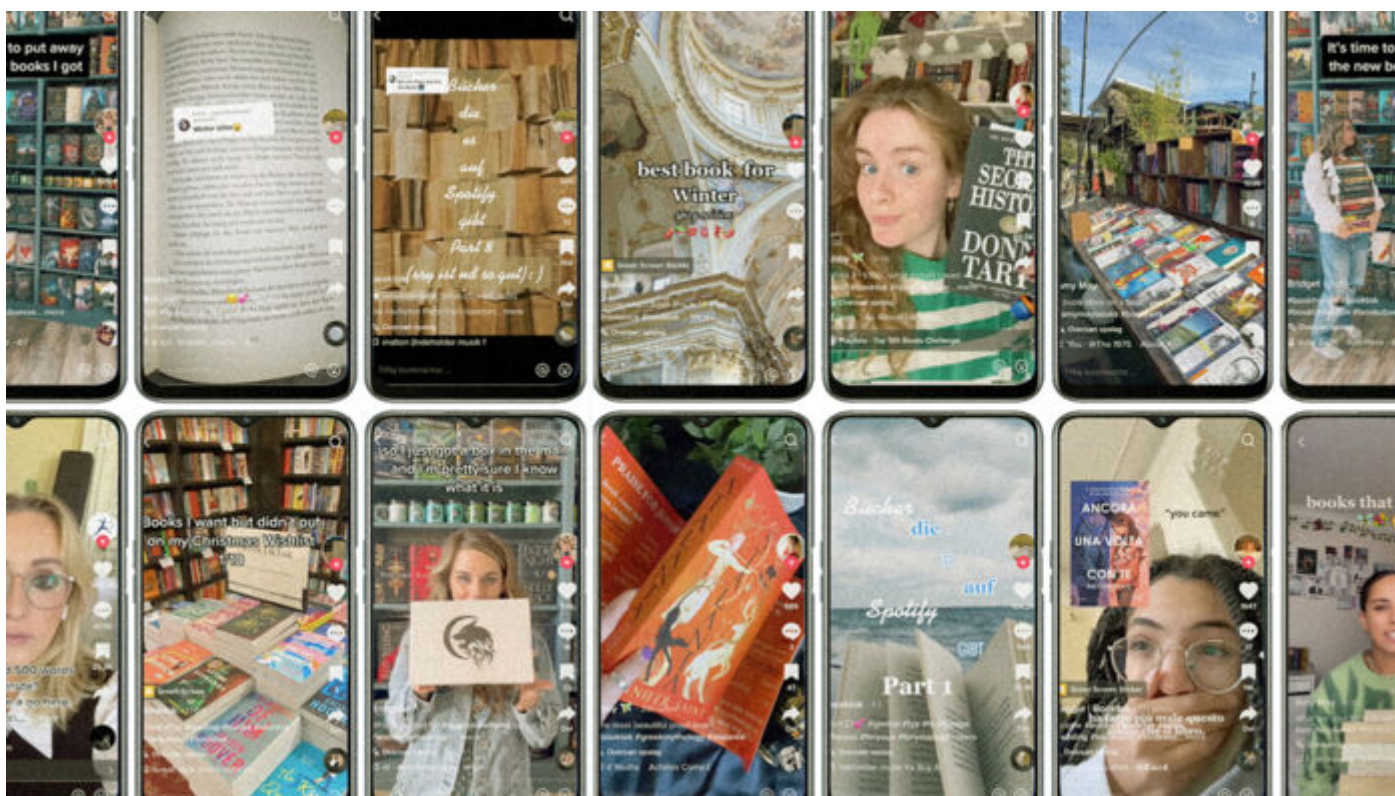
▶ Lyt  Kø

**E**n sjælden gang imellem dukker et fænomen op, som vender op og ned på menneskers forhold til litteratur.

For mig selv og mange andre i den millennialgeneration, jeg tilhører, skete det, da J.K. Rowling udgav de første bøger om Harry Potter. Bogserien gjorde os *besat* af litteratur: Den fik børn og unge til at ligge i kø foran boghandlerne og skabte en generation af læsere, som samlede sig i et verdensomspændende bogfællesskab.

Den her artikel handler ikke om Harry Potter. Alligevel er det den bedste sammenligning, jeg kan komme i tanker om, for at kunne forklare, hvad der foregår på TikTok netop nu.

Det kinesiskejede sociale medie, der blev skabt i 2016 og mest er kendt for sit dansende og kaotiske videounivers, har vokset sig større, end nogen havde forestillet sig. Syv ud af ti amerikanske unge mellem 13 og 20 år er på TikTok, og resten af verden følger trop. Og nu er mediet altså også i gang med at forandre bogverdenen. Under hashtagget #BookTok har TikTok-brugere fra hele verden i de seneste godt to år delt videoer af sig selv, der læser bøger, taler om bøger, krammer bøger, laver jokes om bøger, græder til bøger – ja, nærmest *lever* gennem bøger.



Ultrakorte videoer, inforståede referencer, følelser i fokus. BookTok har sit helt eget formsprog. Fotocollage: Mai-Britt Bernt Jensen

»BookTok har åbnet bøgernes verden for mig. Det har ikke kun fået mig til at læse igen, men også til virkelig at mærke det, jeg læser. Så nu er jeg gået *all in*,« som én af de booktokkere, jeg har talt med, sagde til mig forleden.

Lige nu har #BookTok knap 95 milliarder visninger på TikTok. På de dage, det har taget mig at skrive denne artikel, er der kommet over en halv milliard flere visninger til. Hver dag strømmer brugere til, nye forfattere bliver en *hype*, flere paperbacks bliver revet ned fra butikshylderne. De mest populære bøger er ofte ældre udgivelser, skrevet af relativt ukendte forfattere, der indtil for nylig har været selvudgivne eller hengemt til boghandlerens bageste hylder. I dag er de bestsellere – ene og alene på grund af deres succes på det sociale medie.

Med BookTok har bøgerne fået nyt liv. På et medie, der ellers er så langt væk fra blæk og papir, man overhovedet kan komme. Hvordan gik det til?

**FÆNOMENET BOOKTOK** er det, amerikanerne kalder »a lightning in a bottle«. At gribe lynet i en flaske er stort set umuligt – ligesom det er umuligt at få unge mennesker, som er vokset op med internettets flygtige flimmer, til at købe fysiske bøger. Men i foråret 2020 begyndte BookTok at spire, da en lille, men dedikeret skare af læseglade TikTok-brugere fandt sammen og anbefalede hinanden litteratur. Siden da har bevægelsen til alles – ikke mindst booktokkernes – store overraskelse vokset sig enorm.

Succesen ses i salgstallene: I dag bliver der solgt flere fysiske bøger, end der er blevet i årtier, og BookTok bærer en stor del af ansvaret. Ifølge Kristen McLean, der er chefanalytiker ved den amerikanske boganalysevirksomhed NPD BookScan, blev der i 2021 solgt mere end 20 millioner bøger på *grund* af BookTok, og i år har salget været endnu højere.

Som McLean sagde til mig forleden: »I mine mange år i branchen har jeg faktisk aldrig set noget lignende.«

Det lyder næsten for godt til at være sandt. Teenagere læser! Et sted ser jeg endda BookTok beskrevet som »det sidste kernesunde sted på internettet«. Men BookTok er et paradoks: Denne *kernesunde* bogklub, hvor unge, følsomme mennesker læser tykke, analoge bøger, udspiller sig på verdens måske mest udkældte sociale medie. TikTok grovæder dine data og din koncentrationsevne, er vanedannende som bare pokker og gør brugere skeløjede af indtryk, farver og effekter.

Og dét er paradokset, der gør BookTok så interessant, siger Gitte Balling, der er læseforsker og lektor ved Institut for Kommunikation på Københavns Universitet:

»De her videoer er fyldt med bøger fra gulv til loft. Der er bøger *overalt*, men for at kunne læse disse mange bøger skal man bruge virkelig meget tid væk fra skærmen. Man skal fordybe sig. Bagefter skal den fordybende læseoplevelse så formidles på det her medie, som flimrer af kaos.«

Sammen med Marianne Martens, der er lektor på School of Information ved Kent State University, har Gitte Balling netop udgivet en forskningsartikel, som undersøger BookTok som fænomen. Det er ikke det første sociale medie, der har bragt læsende sammen: YouTubes »BookTube« og Instagrams »Bookstagram« har været frontløbere, men set ud fra et litteraturformidlingsperspektiv er BookTok noget særligt, fortæller Balling:

»En video varer typisk ikke meget mere end et minut. På den tid kan man ikke nå at sige ret meget om en bogs indhold, sådan som en traditionel anmelder ville gøre. Men man kan hurtigt og meget effektivt formidle, hvilke følelser bogen har vakt, eller hvilken stemning den fik dig i. Det er litteraturformidling i en form, vi ikke har set før.«

## De her videoer er fyldt med bøger fra gulv til loft. Der er bøger overalt.

GITTE BALLING, LÆSEFORSKER

Gitte Ballings medforfatter på studiet, Marianne Martens, arbejdede selv i forlagsbranchen, før hun begyndte at forske. Det var i slutningen af 80erne og op gennem 90erne og 00erne, da internettet så småt begyndte at vinde indpas. Dengang rystede bogbranchen i bukserne, fortæller Martens. Man mente, at internettet ville blive enden på den fysiske bog:

»Og nu står vi så her i dag, flere årtier senere, og boghandlere i USA såvel som i Europa har allesammen BookTok-podier med stakkevis af fysiske bøger, der er blevet bestsellere på grund af netop internettet. Hvem skulle have troet det?«

**FOR FEM MÅNEDER SIDEN** begyndte den 14-årige Helena Rutkowiak Hjorth at lægge videoer ud på BookTok. Hun havde aldrig brudt sig om litteratur; hun læste de bøger i skolen, lærerne sagde, at hun skulle, men ikke mere end det. Men så begyndte hun at se nogle videoer på TikTok, hvor andre unge fortalte om den *ene* bog, man bare skulle læse.

Bogen var *The Cruel Prince*, en romantisk fantasybog skrevet af Holly Black i 2018, og en af BookToks store baskere. Da Helena havde læst den, var hun solgt. Nu læser hun alle de bøger, hun kan komme i besiddelse af. Allerhelst inden for romancegenren.

»Hvis jeg ikke skal i skole – og det skal jeg jo de fleste dage – så læser jeg hele dagen,« siger Helena Rutkowiak Hjorth, da vi taler sammen en eftermiddag på Zoom. Hun er født på Bornholm, er halvt polsk, halvt dansk og bor i Warszawa, men hendes engelsk er imponerende formfuldendt med den slags amerikansk accent, man hører blandt de fleste teenagepiger på TikTok.

Det var én bestemt video, der ledte mig til den unge booktokkers profil. Den er ikke mere end et par uger gammel, men den har allerede fået over en million visninger, og det er ikke så sært, for den handler om BookToks med afstand største stjerne, Colleen Hoover.

Den 42-årige forfatter og tidligere socialrådgiver fra Texas sælger lige nu flere bøger end nogen anden amerikansk forfatter: Alene i år har hun solgt 8,6 millioner fysiske bøger – og kigger man på The New York Times' paperback-bestsellerliste, har Colleen Hoover skrevet syv af bøgerne i topti. Hendes seneste bog, *It Starts With Us*, som netop er udkommet på dansk, og som Hoover skrev efter utallige opfordringer fra sine mange millioner fans på BookTok, solgte 800.000 eksemplarer på udgivelsesdagen.

Hoover er skabt af læserne og er beviset på, hvor stor en magt mediet har: Gå ind i en hvilken som helst boghandel, i Danmark såvel som i USA, og hun vil være blandt de bedst sælgende forfattere. Allerstørst er hendes *young adult*-kærlighedsroman *It Ends With Us*, der oprindeligt udkom i 2016, men som i de seneste små to er nået op på fire millioner solgte eksemplarer. Man kan næppe være på BookTok uden at have læst den bog.

Som så mange andre booktokkere har Helena Rutkowiak Hjorth slugt de fleste af Hoovers bøger. De er dog ikke hendes favoritter – det er derimod *A Thousand Boy Kisses* af Tillie Cole, som, med teenagerens egne ord, handler om »stor kærlighed, der varer ved for altid«.

»Den bog har jeg grædt virkelig meget over – både mens jeg læste, og efter jeg var færdig,« fortæller hun og tilføjer efter en pause: »Jeg kan stadig græde bare af at tænke på den.«

Det er det, der er så fascinerende ved BookTok: Her handler litteraturformidling først og fremmest om at *mærke* noget. Det behøver ikke at være sørgeligt eller trist, mange videoer er også underholdende, morbide og endda virkelig morsomme. De er korte og kække og består af én stor pærevælling af virkemidler: musik, citater, popkulturelle memes og indforståede litterære referencer, som ofte kun booktokkere selv forstår.

Selv anede jeg ikke, hvad der foregik, til at begynde med. BookTok føltes som et uendeligt virvar af navne på litterære karakterer, jeg ikke kendte, ironiske kommentarer, jeg ikke fangede, lynsnakkende teenagere foran farvekoordinerede bogreoler i stressende videoklip, som nærmest er overstået, før de er gået i gang. »Det her er den bedste bog, jeg har læst i år,« lyder det i det ene sekund, mens man i det næste kun lige ser et glimt af bogens forside, før klippet allerede er slut, og et nyt er i gang.



## **Førhen har der været et meget elitært blik på bøger. Nu er der pludselig et kæmpe rum, der har åbnet sig for alle, der bare gerne vil læse.**

CASSANDRA HENRIKSEN, DANSK BOOKTOKKER

Efter nogle uger på BookTok begynder jeg dog at fatte mere og mere. Jo flere videoer jeg ser, desto mere opslugt bliver jeg. Jeg lærer, at videoerne grundlæggende findes i to forskellige udgaver: De helt korte og fængende – de såkaldte *outreach*-videoer – og de længere, mere verbale og personlige – *nurturing*-videoerne. Hvor førstnævnte bruges til at skabe blikfang og visninger og ofte følger en igangværende BookTok-trend, skal sidstnævnte i højere grad pleje forholdet mellem booktokker og følger. Egentlig er det simpelt: De korte videoer lokker folk ind i folden, de længere giver dem en grund til at blive.

Jeg køber et par af de største BookTok-romaner – også Colleen Hoover, naturligvis – og mens jeg læser, føler jeg mig gradvist mere indsluset i fællesskabet. På bøgernes forside glimter et klistermærke med teksten: »BookTok made me read it.«

**FORNYLIG BLEV** BookTok udnævnt til Futurebook Person of The Year. Prisen overrækkes af det ældgamle britiske bogmagasin The Bookseller og hylder folk, der gør en forskel i bogbranchen. Det er første gang, den bliver givet til nogen, der egentlig ikke er en person:

»Ved at ære BookTok anerkender vi ikke ét individ, men utallige BookTokkers, hvis utrættelige og autentiske hengivenhed over for bøger og læsning har skabt et mærkbart boom i bogsalget,« skrev redaktør for Bookseller Philip Jones i forbindelse med prisoverrækkelsen. Og lovprisningen fortsatte:

»Det her er vores måde at sige tak til jer, der gør det. Stop aldrig,« skrev han. I en artikel på Booksellers hjemmeside omtaler de ydermere BookTok som et *safe space* på internettet.

Men BookTok er ikke nødvendigvis så sikkert længere. Bogbranchen har nemlig øjnet en mulighed for at mase sig ind og slå mønt på bevægelsen. I september lancerede USAs største forlag Penguin Random House – som for nylig kom i vælten for at ville opkøbe konkurrenten Simon & Schuster for et større milliardbeløb, men blev bremsset af lovgivningen om karteldannelse – et samarbejde med TikTok. Nu kan booktokkere lave direkte links i deres videoer, som fører videre til en ny side om den specifikke bog, de taler om. Og Penguin House har virkelig regnet den ud: Man kan nemlig kun linke til bøger, de har udgivet. Det betyder, at forlaget vil kunne kapitalisere på fidusen, mens booktokkerne ikke nødvendigvis selv får penge ud af det.

Udviklingen har da også gjort mange booktokkere bekymrede. Flere af de brugere, som har været med fra begyndelsen, frygter nu, at det fællesskab, de selv har skabt, vil miste sin autenticitet. Som den 26-årige Cassandra Henrichsen, en dansk booktokker bosiddende i Canada, som jeg talte med i sidste uge, siger:

»I den tid, jeg har været på BookTok, har mediet ændret sig. I begyndelsen var det meget mere stille og roligt, jeg kunne stå med morgenhår og få en tanke om en bog og lægge en video op. I dag er der kommet et langt mere professionelt og kritisk blik på videoerne.«

Spørger man Marianne Martens fra Kent State University, er hun dog ikke i tvivl om, at BookTok nok skal finde en måde at vriste sig fri af bogbranchens lange fangarme: »Man har jo for længst set det med Facebook og andre sociale medier: Så snart alle vi andre gamle kommer rendende, så finder de yngre på noget nyt. De ønsker et fællesskab, som er frit og deres eget.«

BookTok har fået succes, netop fordi det tilhører læserne. Det er antitesen til smagsdommeriet og den etablerede bogbranche: Her er det læseren, der har den vigtigste stemme. Skaberne er også forbrugerne, og det har skabt ét stort fællesskab, som eksisterer uden om resten af bogbranchen og det finlitterære miljø. »Dén intimitet kan intet forlag betale sig til,« siger Marianne Martens.

Og så kan det godt være, at bøgerne, der læses, aldrig vil blive anmeldt eller omtalt i avisernes bogsektioner, men det er fuldstændig ligegyldigt for BookToks brugere, som bare har læst en god bog og gerne vil tale med nogle om den.

Som Cassandra Henrichsen – der i år har læst 100 bøger, og hvis smag spænder lige fra tung Shakespeare-inspireret *dark academia* og Vladimir Nabokovs *Lolita* til saftige romancebøger, poesi og syret fantasy om fe-mennesker – siger:

»Førhen har der været et meget elitært blik på bøger. Man var kun en rigtig læser, hvis man læste det rigtige. Nu er der pludselig et kæmpe rum, der har åbnet sig for alle, der bare gerne vil læse, fordi vi godt kan lide at læse. Med BookTok er læsningen sat fri.«



#### AMALIE SCHROLL MUNK

(f. 1994) er journalist og bosat i Washington D.C., hvorfra hun skriver om samfund, kultur, videnskab og alt andet interessant, der handler om USA. Amalie har skrevet for Weekendavisen siden 2018 og er uddannet fra Danmarks Medie- og Journalisthøjskole og Lebanese American University i Beirut.

[AMMU@WEEKENDAVISEN.DK](mailto:AMMU@WEEKENDAVISEN.DK)



KOMMENTAR



2023

Energipriser, inflation og renter vil falde markant