

LÄTTLÄST, KORTLÄST, SNABBLÄST

Litteratur i det lilla formatet i digitaliseringens tidevarv

Svenskar är bland de bästa i världen på att använda smarta telefoner. Över fyra miljoner apparater lär finnas i landet.¹ Telefoner med internetuppkoppling och pekskärm har på bara några år blivit en central del av vår vardag. Förutom att ringa och skicka meddelanden, sms, använder vi dem till att ta bilder, skriva mejl och kolla vädret. Självfallet läser vi också från mobilen, inte minst nyheter. *Aftonbladets* mobilsajt har över en miljon besökare varje dag. Studier om läsning på mobilen är icke desto mindre knapp. Det finns inga mätningar som kartlägger vad och hur vi läser på våra mobilskärmar.² Detta trots att mobil teknologi i relation till kulturvanor är ett forskningsområde i stark expansion.³ En förklaring är att den tekniska utvecklingen varit snabb, den första iPhone-modellen presenterades i januari 2007.

I USA är smartphones ett vanligt val för läsning av e-böcker. En aktuell undersökning från Simba Information visar att 37 procent av de som läser e-böcker väljer att göra det på mobilen.⁴ USA är ett land där e-boksläsande är utbrett, närmare femtio miljoner amerikaner beräknas ha läst en e-bok. I Sverige ser det annorlunda ut. Här har försvinnande få läst en e-bok, mellan 0,5 och 1 procent visar undersökningar från SCB, Nordicom och SOM-institutet.⁵ Detta är dock siffror som kan

ifrågasättas, menar jag. Inte för att mätningarna inte är tillförlitliga, utan för att de görs med så trubbiga instrument. Frågeformulären och svarsalternativen fångar bara upp personer som läser traditionella e-böcker på dedikerade läsplattor och surfplattor, med andra ord förbises de som läser på mobiltelefonen. Här, tror jag, finns ett stort mörkertal.

Denna uppsats handlar varken specifikt om e-böcker eller om bärbara telefoner, men väl om korta, snabblästa texter och nya digitala distributionssätt och läsplattformar. Syftet är att studera förhållandet mellan litteratur i det lilla formatet – noveller, essäer och reportage – och nya digitala tekniker. Jag kommer att ge en samlad introduktion till och analys av olika läsapplikationer som Wattpad, Bonnierförlagens *Dötid* och norska Gyldendals *Kortlest* samt satsningar som gjorts på korta e-böcker av bland andra Amazon (Kindle Singles), Penguin (Penguin Shorts), svenska Volante, Novellix och Mix förlag. Snarare än att fokusera en särskild genre, vill jag förhålla mig pragmatiskt. För mitt syfte finns ingen anledning att välja ut *en* subgenre och därmed behöva diskutera vad som särskiljer till exempel novellen från novellen, kortprosan, miniatyren, minifiktionen, posetryn och så vidare.⁶ För mig är det inte innehållet som är av främsta intresse, utan

formatet. Jag vill visa att den kortlästa texten hänger samman dels med internets bitkultur, dels med de nya digitala distributionsplattformar som lanserats de senaste åren, och dels med framväxten av digitala instrument med funktioner för läsning, som iPad, Nook, Kindle, Kobo, men också iPhone och andra smarta mobiler. Apparater som dessa upp- rättar en kanal för läsning av korta e-böcker, naturligtvis, samt gör den litterära skatt som sprids och förmedlas via Internet tillgänglig och hanterbar för den enskilde individen.

*

Hyllmetrar har skrivits om digitaliseringens konsekvenser på kulturens område: hur den berör vårt privatliv, människan som tänkande varelse och som läsare. Stora förändringar sker för närvarande i bokbranschen, och det är en truism att det digitala skiftet påverkar Bokens samhälle på alla plan: hur vi producerar, konsumerar, läser, skriver och samtalar om litteratur. Studier finns om författarens roll i det digitala tidevarvet,⁷ om digitala skrivteknologier och om digital läsning.⁸ Även frågor om den skönlitterära textens omvandlingar – faktiska som tänkbara – har diskuterats utförligt.⁹ Dock med ett förbehåll: sällan behandlas specifikt den kortlästa textens relation till den digitala utvecklingen, åtminstone inte i ett litteraturvetenskapligt sammanhang. I det som populärt brukar kallas *Digital Storytelling* eller *Web 2.0 Storytelling* betonas ofta novellens/kortprosans värde som pedagogiskt hjälpmedel i undervisningen.¹⁰ Kortare, enhetliga berättelser har även delvis behandlats inom ramen för hypertextforskning (Jorge Louis Borges noveller brukar vara populära exempel) och elektronisk litteratur, bland annat i diskussioner om bloggar. Forskare som Jay David Bolter, Lev Manovich och Kathrine N. Hayles – listan kan göras lång – har samtliga skrivit viktiga texter om mötet mellan nya medier, digital teknik och litteratur.¹¹ Många gånger används därtill

noveller och följetonger som exempel, lite slarvigt kan man tycka, på gamla litterära former som den digitala tekniken aktualiserat. Man framhåller att om Charles Dickens kunde bli rik på att sälja sina berättelser kapitelvis så torde väl även dagens författare kunna anamma den digitala teknologin och sälja sina alster uppstyckade: varför inte ett Spotify för böcker?¹² I viss bemärkelse kan man ge dessa kritiker rätt. Amazons liksom andra förlags populära ”e-singlar”, kortlästa e-böcker på ”ca 10 sidor” för en billig penning har till exempel flera likheter med den svenska Pixiboken. Enhetligt förpackade, lättåtkomliga, lätta att känna igen, lätta att läsa och dessutom förmånligt prissatta utgör de den perfekta bokprodukten; att Pixiserierna funnits i Sverige i över fyrtio år ger en tydlig antydning om affärsmodellens hållbarhet.¹³

HUR LÅNG ÄR EN E-NOVELL?

En berättelse har en början, en mitt och ett slut. Men hur lång är en lång berättelse, och hur kort är en kort? Sex ord – ”For sale: baby shoes, never worn” eller ”Ett halft ark papper”? Vad är en kort berättelse i ett digitalt sammanhang? Kort i förhållande till vad? Långt och kort är relativa termer och egentligen inte särskilt användbara i litterära sammanhang. I digitala dito kanske än mer problematiska, då den digitala texten inte på samma sätt som en traditionell papperstext breder ut sig i det fysiska rummet.

Frågan om en boks *längd* ställs i Johan Svedjedals *Den sista boken* från 2001, och är idag, i surfplattans tidevarv, mer aktuell än någonsin.¹⁴ Dagens e-böcker (det vill säga böcker som publiceras elektroniskt, och exempelvis görs i ett PDF-, moby-, epub- eller HTML5-format) är i regel opaginerade. De tvingar oss att tänka i annorlunda termer när texter, men också läsning som tidskrävande aktivitet, skall kvantifieras. En anledning till att det är omöjligt att behålla den tryckta

bokens sidantal då boken konverterats till ett e-boksformat är att textens ursprungliga flöde ändras. Flöde är här nyckelordet. Texten i en e-bok flödar nämligen, till skillnad från den tryckta boken vars text är statisk. En e-boks textflöde anpassar sig efter läsarens önskemål – val av typsnitt och teckenstorlek – men också efter läsplattans gränssnitt. Detta får till följd att textens, verkets, *längd* inte bara blir *ungefärlig*, utan också att nya redskap och tekniker måste uppfinnas för att läsaren skall kunna navigera genom texten. Läsas e-boken på en Kindle får man orientera sig med hjälp av en markör i form av en trekant på ett tunt grått fält nederst på skärmen. Trekanten kan fungera som ett slags mobilt bokmärke och används för att markera startpositionen i den aktuella texten, där läsningen (senast) påbörjades. Fältet är själva texten. Små punkter, streck, anger avsnitt eller kapitel i texten. Verkets längd mäts här i procent. Så långt Kindle. Andra programvaror har liknande system. Apples läsapp iBooks har behållit den traditionella tryckta sidans gränssnitt med alternativ paginering i mitten av sidans underkant. Jag skriver alternativ, ty det är såväl den aktuella sidans sidnummer som visas som det totala antalet sidor i boken, det vill säga filen, till exempel 15 av 1675, eller 2 av 160. Även bokens resterande antal sidor uppges. iBooks har också en funktion som tillåter den läsande att se hur många sidor som återstår av en enskild novell eller kapitel i en bok. Då e-bokens sidantal växlar beroende på läsarens preferenser blir följden att vissa böcker blir mycket långa sett till antalet ”sidor”, det vill säga den textmängd som framträder vid ett enskilt skärmuppslag. Alice Munros novellsamling *Dear Life* (2012), som i tryckt form uppgår till 320 sidor (Vintage Paperback Edition), blir i iBooks på över 1000 sidor om den läses med standardinställningar på en iPhone. En enskild novell, som till exempel ”Corrie” blir 65 sidor.

Amazons e-böcker saknar som sagt paginering. Ett estimerat sidantal finns dock med som

metadata på Amazons hemsida, där e-böckerna finns till försäljning, troligtvis för att ge köparen en uppfattning om verkets omfattning. En e-singel som *President Barack Obama* (2013) är till exempel 15 sidor lång. Sidomfånget, förklarar Amazonteamet, är uppskattat och har räknats ut genom att använda inställningar som gett den digitala textsidan ett utseende som ligger nära en fysisk boksidas, och sedan räkna ut antalet ”page turns” – antalet gånger man klickar fram en ny skärmbild på apparaten. Kindleböckernas sidantal utgår med andra ord från det fysiska codexformatets, trots att det, som i fallet ovan, kan handla om utgåvor som aldrig ges ut i tryck.

Att Amazon marknadsför e-böcker där sidantalet härleds från den traditionella boken ger en fingervisning om hur djupt rotade våra föreställningar är om hur texter skall läsas och hanteras. Det är knappast godtyckligt att man valt sidan som mått snarare än enheter som antal ord, tecken eller, mer radikalt, bytes. En sida, digital som fysisk, är lätt för läsaren att göra sig en uppfattning om, medan ett verk som mäts i bytes säger föga om själva textlängden, då eventuella grafiska arrangemang och bilder kraftigt ökar bytesstorleken.

I litteraturteoretiska diskussioner utgår man ifrån att en novell är en komprimerad, väldesignad, enhetlig och kondenserad litteraturform, medierande mellan romanen och lyriken. Även formella aspekter, som omfång, har fått definiera konstformen. Längden anses till och med vara ett av de mer fasta kännetecknen. I ”The Philosophy of Composition” (1846) menade Edgar Allan Poe att en novell skall kunna läsas under en ”sittning” – den skulle inte ta längre tid i anspråk än en och en halv timme.¹⁵ *Nationalencyklopedins* definition av novell nämmer inget om sidor eller antal tecken, men väl kvantitet, dock i relation till en annan litteraturform. En novell, framgår det, ”har ett betydligt mindre *omfång* än romanen och ett *begränsat* antal personer”.¹⁶

Norman Friedmans "Recent Short Story Theories. Problems in Definition", som är lika mycket en forskningsöversikt som en positionsbestämning, skriver träffande att termen "short" i short story inte är särskilt informativ, då den inte säger något om innehåll, tematik eller struktur. Uttrycket "A short story is a story that is short", är dock inte så cirkulärt som man kan tyckas tro. Kanske finns det, menar Friedman, ändå ingen inneboende skillnad mellan romanen och novellen annat än just längden.¹⁷ I *Short Story Theories* (2012) ger Viorica Patea en rad exempel på de oklarheter gällande definitioner som råder i det teoretiska fältet.¹⁸ Hon finner att forskningen inte på tillfredsställande sätt kunnat avgöra vilka litterära särdrag som särskiljer novellen från andra korta litteraturformer, som till exempel novelletten eller prosadikten. Patea nämner det inte, men sedan början av nittioalet har också nya varianter av mycket korta litterära texter vuxit fram. Förlagen och författarna betecknar dem med olika namn, även om innehållet är likartat. Texterna kallas mini fiction, flash fiction, sudden fiction, micro fiction och micro-story. Även termer som post card fiction, prosetry och short-short story är hybrider som låtit höra om sig. En pånyttfödelse, kan tyckas, av den klassiska modernistiska miniatyren, som endast var ett par sentenser.¹⁹ De olika beteckningarna visar att novellen som kategori håller på att luckras upp, att kortformatet sprider sig, förökas genom delning. Med uppkomsten av de nya subgenrerna aktualiseras också frågan hur relevanta de olika benämningarna egentligen är för vår förståelse av texterna?

FÖRLAGENS SATSNINGAR

Noveller är sällan kommersiellt gångbara. Förläggare brukar säga att de förvisso älskar den korta berättelsen, den som omedelbart griper tag, men att det knappast finns någon marknad för dem, så till vida författaren inte är ett känt namn som så att säga själv kan bära

upp en samling.²⁰ Ett förlag lever på att sälja litteratur, och då prioriteras säkra kort: romaner, biografier och kokböcker. I stället är det i tidskrifter alstren funnit en trygg hemvist. Det var just uppkomsten av eleganta livsstilsmagasin som i början av fyrtioalet gav energi åt en litteraturform i träda. Då liksom nu talade man om en renässans för novellen.²¹ Idag ser förhållandena annorlunda ut, endast ett fåtal av de större magasinerna i USA publicerar *short stories*. En förklaring, för att tala med Charles E. May, är att magasinerna ändrat fokus. De är mer kommersiella och mindre intellektuella, för att uttrycka det krasst. Prenumeranterna har blivit färre, och utrymmet för djuplodande texter mindre.²² En annan förklaring skulle kunna vara att kravet på underhållning ser annorlunda ut. Internetgenerationens läsare vill sällan betala för innehåll, och, viktigt av allt, de vill ha omedelbar åtkomst.

Inflytelsrika Leslie Kaufman på *The New York Times* skrev nyligen en artikel om novellens många fördelar. "The Internet", menade hon, "may be disrupting much of the book industry, but for short-story writers it has been a good thing". Korta berättelser är perfekta för den digitala tidsåldern, eftersom dagens läsare "want to connect and want that connection to be intense and to move on". Hon citerar en förläggare som framhåller att novellens drag av "enportionsförpackning" (single-serving quality) gör den till en ultimata konstform i den digitala tidsåldern, där tid är en bristvara.²³ Novellen är kongenial med internetns bitkultur, där konsumtion av information, bildning och underhållning i allt högre grad sker i bitar. Ofta kallas det nedlåtande att kulturen youtubifieras, men som Volantes förläggare Tobias Nielsén betonat behöver "kort eller snabbt [...] inte motsvara sämre kvalitet".²⁴

Den kortlästa berättelsens struktur är koncentrerad, ämnet är enhetligt. Den är tänkt att läsas ut på en kvart, tjugo minuter, och tar alltså inte mycket tid i anspråk. Idag när det finns lite

utrymme till övers för just läsning, och många nya medier konkurrerar om uppmärksamheten, finns det något tillfredsställande i att bli färdig med det lästa vi har för handen, att få ta del av något litterärt, utan att behöva sätta sig in i en komplex romanhandling.²⁵ En kortläst text, som laddas ner till mobilen, och kan läsas omedelbart – ”närsomhelst, varsomhelst” – kan i detta avseende fylla en viktig funktion.

I det följande skall vi se några exempel på färskta förlagssatsningar på just digitala kortformat. Det var med reklamfrasen ”Compelling ideas expressed at their natural length” som Amazon år 2011 lanserade Kindle Singles i USA.²⁶ Singlarna var ett slags kortlästa texter: sakprosa, essäer, journalistiska reportage och intervjuer i e-boksformat. Uttrycket *singel*, av engelskans *single*, enstaka, en, kommer från musikbranschen där singeln tillskillnad från LP:n (förkortning för Long Playing Record) innehåller ett spår på varje sida, det vill säga två låtar. I dagsläget sägs Amazons singlar ha sålt i över fem miljoner exemplar.²⁷ Ett förbehåll bör dock göras, siffrorna är Amazons egna och omfattar vanligtvis även de exemplar som är gratis.

Från 2012 gick singlarna att köpa utanför USA, och 2013 lanserades de i Tyskland. Idag finns 390 e-singlar på amerikanska Amazon, och idén har gått från att röra ett digitalt innehåll till att bli ett varumärke. Priset ligger på 0,99–2,99 dollar, flera är gratis. Royaltyn är 70 procent. Majoriteten är Amazon-produktioner, andra kommer från traditionella förlag som Random House och Hachette. Amazon fungerar här som en återförsäljare. Flera av författarna är välkända journalister från stora tidningar som *New York Times* eller *Die Zeit*. En betydande andel av singlarna skapas också av e-boksproducenter som Byliner och Atavist. Amazon är inte ensam om idén, och var ej heller först, redan 2005 sålde författare e-noveller på Fictionwise. Även på Byliners och Atavists hemsida går det att köpa singlar, liksom hos

Nook och Kobo. Amazon är dock överlägset framgångsrikast.²⁸

Att boksinglar kan vara lukrativa förstod Penguin redan 2005, som inför sitt 70-årsjubileum släppte 70 titlar i serien ”Every book tells a story...”: noveller och essäer av förlagets mest populära författare, från Anaïs Nin till Zadie Smith. Formatet var tunna pocketböcker – sidomfånget var knappt över 55 sidor – med tilltalande, formgivna omslag. I december 2011 startade så ”The Penguin Shorts Program”, en lansering av korta, digital-only-texter att läsas på skärmen. Ämnena spänner över ett brett område, från ekonomiska djupanalyser till deckarhistorier. Penguin Shorts distribueras i olika filformat och kan läsas på såväl iPad och iPhone som läsplattor av olika märken.²⁹ Priset ligger på 1,99 pund, ”samma som för en kopp kaffe”, säger Penguins Venetia Butterfield. Hon tillägger att Allen Lane säkerligen hade uppskattat idén med korta digitala böcker: ”If he was here now I expect this is what he would have wanted. The idea of the paperback was very democratic: good fiction and non-fiction for everyone to read. I feel this is very much in that tradition.”³⁰ Butterfields påpekande om att en e-singel från Penguin har samma pris som en kopp kaffe är en blinkning till Penguingrundaren Allen Lanes tanke om att en pocket skulle kosta lika mycket som ett paket cigaretter. Detta är knappast en tillfällighet. E-singlarna är liksom Lanes Penguin-pockets tänkta att vara ett slags litterära vardagsföremål – de skall vara billiga, lätta att inhandla (med några knapptryck har de laddats ner till mobilen) och tilltala en bred publik. Att det rör sig om litteratur som skall förbrukas – för-täras – är talande. Lane och Butterfield jämför de litterära produkterna med cigaretter och kaffe, lustbetonade varor som konsumeras med munnen, och där njutningen är omedelbar om än kort.

Korta e-böcker ges även ut av förlag som Pan Macmillan och Random House. De sist-

nämndas koncept, Storycuts, omfattar 250 digitala *short stories* från förlagshusets backlist. Framför allt är det noveller av förlagets främsta författare som Ruth Rendell, Julian Barnes och Irvine Welsh som återutges, nu i separat förpackning. E-böckerna kan köpas hos alla e-boksåterförsäljare: Kobo, Apple, Waterstones, Amazon et cetera. Priset är 35 svenska kronor. Precis som hos Penguin är ”omslagen” – de frimärksstora ikonerna – standardiserade. Man skall se att de tillhör en serie. Hemsidan förkunnar ”The future of the short story is here”.³¹ I sammanhanget kan nämnas svenska kortläsningssatsningar som gjorts av Novellix och Bonnierägda Mix förlag. Bägge har en tydlig digital profil, man experimenterar med nya sätt att skriva och marknadsföra litteratur liksom med nya format. Även Volante har lanserat e-singlar. Som ett av de första, om inte det första, förlag i Sverige släppte man i april 2011 närmare sextio kortare e-böcker. Texterna var återutgivning av enskilda kapitel i de antologier som förlaget släppt under 2010 och 2011.³²

Novellix etablerades 2011 och har koncentrerat sin utgivning på litteratur i kortare format, ”stories to go”, som det står på sajten.³³ Reklamfrasen betonar novellernas ”bärbara”, lätthanterliga drag och signalerar hastighet, effektivitet och framåtanda.

Förläggare Lena Hammargren berättar att inspirationen kom till henne en dag på pressbyrån i Uppsala då hon ville köpa reselektyr inför en resa till Stockholm. En pocketbok skulle hon inte bli klar med, ett magasin var hon inte intresserad av. Asken med Pixiböcker vid kassan gav henne en snilleblyxt. Hon mindes hur hon brukade läsa dessa små bilderböcker när hon var barn, och tänkte att konceptet – alltså en kort berättelse i ett mindre format för några kronor – borde kunna appliceras på vuxenlitteratur.

Storleken, formatet, på Novellix fysiska noveller har varit detsamma från början. Sidomfånget ligger på 32 tryckta boksidor, flera av novellerna är beställningsprodukter, där för-

fattaren fått restriktioner att inte överskrida ett visst antal sidor. Med tiden har förlaget växt, och Novellix texter kommer nu även som korta e-böcker, ljudfiler och appar.³⁴ Våren 2012 var man första förlag i världen att göra noveller tillgängliga som audioböcker på Spotify: ”Våra ljudböcker är precis 45 minuter långa. Vi vände på det hela, från boksinglar blev det album, och så styckade vi upp dem, och la upp dem som spår”, säger Hammargren i en intervju.³⁵ Spotify, menar Hammargren vidare, ”är en bra instegsport, via den kan man verkligen få in folk som aldrig skulle lyssna på ljudböcker eller läsa en bok”.³⁶ Novellix var också först i Sverige med ett prenumerationssystem på noveller i e-boksformat. En årsprenumeration kostar 99 kronor och omfattar 16 noveller samt tillgång till arkivet. Runt 150 personer prenumererar idag på e-novellerna. Hammargren säger att hon är förvånad över att inget förlag i Sverige har en e-boksprenumeration liknande Novellix, då det är en så briljant idé.³⁷

NYA VANOR, NYA LÄSARTER

Den digitala teknikens möjligheter till snabb distribution och publicering är en nyckelfaktor bakom de många satsningar som gjorts och görs på kortlästa texter. Även produktionsmässigt är det idag ekonomiskt och praktiskt möjligt att ge ut verk av mindre omfång. Som både Penguins och Random Houses kortlästsatsningar visat kan en enskild novell eller essä bära sig själv i digitalt format. De står sig i egen rätt och gör i förlängningen antologins (liksom magasinets) form överflödigt. Håri ligger den stora fördelen, både för förlaget och för den enskilde läsaren, som kanske bara är intresserad av *en* särskild text i en större samling. Då flera av såväl Random Houses som Amazons titlar är återutgivning tycks också en uppenbar vinstmaximering ligga för handen. Välskrivna artikelserier, reportage och noveller får vidare en längre livstid. Ytterligare en fördel är den raska publiceringstakten. Förläggare behöver

inte vänta i månader för att ge ut relevant litteratur om dagsaktuella händelser – texter kan beställas, skrivas och publiceras med kortare framförhållning än fysiska böcker där publiceringsgången är längre. En e-singel är också ett utmärkt smakprov – flera av Amazons singlar är som sagt gratis – medelst denna kan förlag både sondera marknaden och göra reklam för en kommande lansering.

De korta e-böckerna – singlarna – tycks även erbjuda en hållbar affärsmodell. E-singeln, liksom appen, vilken vi skall komma in på, är lätt att anpassa till nya vanor att läsa digitalt samt nya digitala konsumtionsbruk. Som Novellix och tyska Scoobe visat kan den korta e-boken enkelt infogas i ett prenumerationssystem. Konsumenters betalningsvilja tycks därtill vara större beträffande digitala (litteratur)format med mindre omfång, som därför framstår för konsumenten som relativt billiga.³⁸

Ett förlag som rivstartade sin utgivning med just digitala noveller, närmare fyrtio stycken, är svenska MIX. Sedan förlaget sjösattes 2011 har de publicerat runt tio romaner och femtio noveller, flera av dem återutgivningar, per år. Förlaget var inledningsvis ett crossover-förlag. Man ville skapa utrymme för litteratur som med MIX förläggare Catharina Wrååks ord, ”vandrar över den statiska gränsen som dras mellan barnlitteratur (inkluderat det som kallas ungdomsböcker) och vuxenlitteratur”.³⁹ Idag har förlaget digitala förtecken, men det korta formatet har kommit lite i skymundan, då man främst satsar på romaner. Wrååk fortsätter: ”Novellerna [e-novellerna, min anm.] var ett sätt att få igång en utgivning snabbt, och att skapa kontakt med författare. Det var aldrig tänkt som någon stor del av utgivningen. Visst växte novellerna till antal, men MIX huvudsakliga utgivning har hela tiden varit romaner –”.⁴⁰ Novellerna utgör dock en stor del av den totala utgivningen, närmare 90 procent av alla titlar som publicerats är noveller. Främst ger man ut nyskrivna produktioner

av svenska författare som Kristoffer Leandoer och Malin Isaksson.

MIX ligger också bakom de noveller som kan läsas i appen Dötid som distribueras av Bonnierförlagen Digital. Appstrukturen är inköpt från ett holländskt företag. I dagsläget (hösten 2013) finns fyra Dötidappar med olika genreinriktning: science fiction, skräck, erotik och ”mixa och läs”. Apparna omfattar runt tio noveller och tar olika lång tid att läsa. Priset ligger på sju kronor. Genom att, på en klocka, uppge önskad lästid – ”tid man har över eller kvar” – erbjuds läsaren alternativ, från fem minuter upp till en timme. Namnet är talande för vad det handlar om – litteratur för korta läsperioder: i väntan på tåget, i busskön eller i hissen. Devisen är ”byt seg dötid mot sköna läsoplevelser”. Erotikkappens berättelser tar i snitt 15 minuter i anspråk, skräcknovellerna något längre. Samtliga noveller är skrivna av etablerade författare. För närvarande har runt 6 000 Dötidappar laddats ner. I sammanhanget bör norska Gyldendals app Kortlest nämnas. Med denna kan man prenumerera på ”noveller, essays og andre korte, litterære perler” från förlagshuset. Varje månad läggs fem till sju nya texter ut. Appen kostar 35 kronor.⁴¹ Enligt Harald Fougner skall Kortlest ses som ett experiment, ett sätt att hitta nya läsare.⁴²

Kanadensiska Wattpad är en gratisapp som lanserades år 2006. Den har beskrivits som ett litteraturens youtube och är ett slags online-community för läsare och skribenter, där materialet – essäer, noveller, dikter – distribueras via en app som laddas ner till mobilen. Läsaren kan lägga upp egna texter och få återkoppling. Grundaren Allen Lau berättade på Book Expo America 2013 att Wattpad har över sexton miljoner unika användare.⁴³ Nyckelorden är komprimerad data, mobilitet och användargenererat innehåll, även uttrycket *social reading*, ”social läsning”, återkommer. Appen finns på 31 språk och är en av de mest populära läsapparna vid sidan av Kindle och iBook.

Plattformar som Wattpad och Dötid visar tydligt att det finns en marknad för alternativa sätt att läsa litteratur (och att skriva den, Wattpad vänder sig även till författare, blivande som etablerade). Frågan är om inte de korta digitala litteraturformaten, avsedda för den bärbara mobilen, banar väg för en ny läsart, ett sätt att läsa som inte i första hand skall vara begrundande, utan ett maximerat, kvantifierat tidsfördriv.

Läsapparna är framför allt en ny distributionskanal. De texter som sprids är ett slags litterärt smakprov, då apparna har köpknappar som länkar läsaren till en digital bokhandel. Just läsappar för korta (och längre) litterära format möjliggör samt underlättar för företag att pröva nya affärsidéer samt nå, och analysera, nya konsumentgrupper. Men liksom e-boken är appen en logg, den registrerar inte bara läsarens kontouppgifter, utan ackumulerar konkret information om läsmönster i vid bemärkelse – vem som köper vad, när på dygnet man läser och vilka typer av texter som läses mest och flest. Denna typ av metadata har tidigare varit ett svårtillgängligt, eftertraktat material. Men idag, med förlagens egna app-lanseringar, ges företagen omedelbar tillgång till värdefull information som sedan används till nya produktlanseringar. Förlagsbranschen står här inför ett betydande paradigmskifte – från att ha gett ut litteratur som önskar få läsare, anpassas utgivningen efter läsarnas behov, eller i vart fall behov de tror att de har. Vilka konsekvenser detta får för oss, för vår läsning, och för det litterära samhället i stort är en viktigt fråga för framtida forskning.

*

Att vara uppkopplad vid lässituationer kan vara på gott och ont. Webben utvidgar det intellektuella rummet, och kan fördjupa det lästa genom att länka till oväntade källor och informationssammanhang, men också som i fallet med Wattpad ovan, sätta läsaren

i kontakt med andra individer. Baksidan är, som nämnts ovan, att företagen "läser" konsumenten, och att den digitala läsningen får vinstinriktade förtecken. På en Kindle eller en smartphone är din nya e-singel bara ett klick borta. Skärmen är ett shoppingfönster och läsaren en vandrande plånbok. En e-bok är inte längre en vara man köper, och sedan äger, utan en service man tar del av. Särskilt kommersiella är de digitala singlarna, som marknadsförs som lättillgänglig underhållning och dessutom har tydliga tids- och längdangivelser. Inte bara litteraturen och läsakten kvantifieras, i förlängningen underkastas också läsaren ett visst mått av effektivitet.

ETT TECKEN I TIDEN?

Digitalt som fysiskt: kortformatets återkomst är ett zeitgeistfenomen. De senaste åren har flera novellsamlingar toppat *New York Times* bästsäljarlista.⁴⁴ År 2012 utropades av Bloomsbury till "the year of the short story".⁴⁵ Populära bloggen tillika podcasten Books on the Nightstand ville inte vara sämre och tillkännagav i januari 2013 innevarande år som kortprosans.⁴⁶

Noveller har förvisso en starkare ställning i USA än i Sverige, men även här kan ett ökat intresse skönjas, ett slags pånyttfödelse av den novellboom som uppträdde under 1990-talet, kan tänkas. Ett flertal novellister har kommit i översättning de senaste åren, Alice Munro, Lydia Davis, Dave Eggers, David Means och Diane Williams, för att nämna några. *Ord & Bild* hade förra året novellen som tema för ett nummer, och i våras lanserades *Granta* på svenska. Den anrika tidskriften fick fint mottagande: "När underbart är kort", skrev *Svenska Dagbladet*.⁴⁷ Även på 2013 års Bok- och Biblioteksmässa i Göteborg fanns ett antal programpunkter som just fokuserade det litterära kortformatet.

Det korta formatets förnyade dragningskraft har som nämnts flera förklaringar. Vi har tidigare varit inne på tekniska aspekter som nya

digitala distributionssätt och distributionsplattformer. Den ökade internetanvändningen har därtill gjort individen mer benägen att läsa (litteratur) i alternativa former och från olika slags medier. Nya apparater som Kindle och iPad, men framför allt smartphones främjar nya kulturvanor, som att läsa digitalt. Här är i synnerhet det litterära kortformatet vinnare; studier visar att människor föredrar att läsa längre texter i fysisk form, medan de väljer kortare texter för skärm.⁴⁸ Det korta formatet tycks vidare passa den moderna människans hektiska livsstil; den kortlästa texten ger en begränsad och väl avvägd förströelse, ett fullgott alternativ till Angry Birds.

E-singlarnas framväxt kan också ses som ett marknadsekonomiskt symtom på förlagens krav på att maximera sin vinst och att finna alternativa vägar att nå läsare. Att ge ut attraktiva och eftertraktade titlar i (ny) digital förpackning är ett sätt att öka omsättningen. Läsarnas betalningsvilja har vidare varit god, då priset på en e-singel är förhållandevis lågt. Med det korta e-boksformatet, som Amazons singlar och Penguin Shorts, liksom läsverktyg som Kortlest och Dötid, har förlagen därtill lyckats nå flera konsumentkategorier som tidigare varit svåra att komma åt, framför allt de som gärna läser på mobilen, men därtill de som helt enkelt inte har *tid*.

1. Se Post- och telestyrelsens rapport ”Svensk Telemarknad 2012”, tillgänglig som pdf på hemsidan www.pts.se. Jämförelser är alltid intressanta. 56 procent av den vuxna befolkningen i USA äger en smartphone enligt Pew Institutets senaste undersökning från juni 2013. I åldrarna 30–49 år har 87 procent en smartphone. För en länk till undersökningen, se: <http://pewinternet.org/Reports/2013/Smartphone-Ownership-2013/Findings.aspx> [hämtad juli 2013].
2. Internationellt ser det dock annorlunda ut. Som exempel kan nämnas Japan, där de så kallade *keitaromanerna* – gratisböcker som laddas ner till mobiltelefonen – studerats ur olika perspektiv sedan de uppträdde på marknaden i början av 2000-talet. För en initierad studie, se Yukiko Nishimura, ”Japanese Keitai Novels and Ideologies of Literacy”, i Crispin Thurlow & Kristine Mroczek (red.), *Digital Discourse. Language in the New Media*, Oxford: Oxford University Press, 2011.
3. Den mobila informationsteknologins inverkan på människans kulturvanor är ett tvärdisciplinärt fält, studier har gjorts inom lingvistik, medievetenskap, sociologi, kommunikationsvetenskap och etnologi. För några aktuella studier, se Pelle Snickars & Patric Vonderau (red.), *Moving Data. The iPhone and the Future of Media*, New York: Columbia University Press, 2012; Larissa Hjorth, Jean E. Burgess & Ingrid Richardson (red.), *Studying Mobile Media. Cultural Technologies, Mobile Communication, and the iPhone*, London: Taylor and Francis, 2012. Se även James E. Katz & Mark A. Aahus (red.), *Perpetual Contact. Mobile Communication, Private Talk, Public Performance*, Cambridge, UK: Cambridge University Press, 2002. De undersökningar av mobilanvändning som gjorts i Sverige tycks mig bristfälliga. I en färsk rapport från SOM-institutet (2012) skriver Göran Bolin att mobilens användningsområde *fortfarande* är att vara just en mobil telefon och att skicka sms. Se Göran Bolin, ”Mobilanvändning och nya medier”, i Lennart Weibull, Henrik Oscarsson & Annika Bergström (red.), *I framtidens skugga. Fyrtiotvå kapitel om politik, medier och samhälle. SOM-undersökningen 2011*, Göteborg: SOM-institutet 2012, cit. s. 463f. Se Tabell 4.
4. Se Simba Information, *Trade E-book Publishing 2013*, Stamford, Rockville MD, 2013. Hur omfattande e-böckerna var framgår ej av rapporten.
5. Se till exempel *Nordicom-Sveriges Mediebarometer* (2012). Här framgår av diagrammet Mediedagen att 1 procent av Sveriges befolkning i åldrarna 9–79 läser en e-bok

- en genomsnittlig dag. Ulla Carlsson (red.), *Nordicom-Sveriges Mediebarometer 2012*, Göteborg: Nordicom, 2013.
6. Mary Louise Pratt skriver uttömmande om problemet att använda begreppet "genre" i diskussioner om just novellen, men också om det problematiska i att definiera novellen i förhållandet till en annan litteraturform, som dramat eller romanen. Se Mary Louise Pratt, "The Short Story. The Long and the Short of It", i Charles E. May (red.), *The New Short Theories*, Athens, Ohio: Ohio Univ. Press, 1994, s. 91–113.
 7. Se Ted Striphas, *The Late Age of Print. Everyday Bookculture from Consumerism to Control*, New York: Columbia University Press, 2009. För en svensk studie se Petra Söderlund, "Författaren och den digitala världen", i *Författaren i den digitala tidsåldern. En studie beställd av den nordiska digigruppen*, Stockholm: 2009, s. 21–90. Se även Ann Steiner, *Litteraturen i mediasamhället*, Lund: Studentlitteratur, 2009.
 8. Se till exempel Kathrine N. Hayles, *How We Think. Digital Media and Contemporary Technogenesis*, Chicago: University of Chicago Press, 2012 samt Andrew Piper, *Book Was There. Reading in Electronic Times*, Chicago: Chicago University Press, 2012. Se även Jason Pontlin, "How Authors Write", i *MIT Technology Review* 2012.10.24.
 9. Vid Avdelningen för Litteratursociologi vid Uppsala Universitet bedrevs under åren 1999–2003 projektet "IT, berättandet och det litterära systemet". Huvudsyftet var att studera datoriseringens konsekvenser för den litterära kulturen. Sju forskare var involverade. För mer information om projektet, se hemsidan: www.litvet.uu.se. För några svenska studier om bokmediet i förändring, se även Leif Dahlberg, "Från boksida till Facebook", i *Författaren i den digitala tidsåldern. En studie beställd av den nordiska digigruppen*, Stockholm: 2009, s. 91–128; Sara Leckner, "Boken som medium – bokformatets betydelse i den digitala världen", i *Författaren i den digitala tidsåldern. En studie beställd av den nordiska digigruppen*, Stockholm: 2009, s. 129–182 samt Rasmus Fleischer, *Boken och biblioteket*, Stockholm: Ink förlag, 2011.
 10. "Web 2.0 Storytelling" är ett begrepp som börjat användas i flera sammanhang. Uttrycket omfattar, lite kortfattat, det slags historieberättande som är användargenererat, knutet till sociala medier och där innehållet är digitalt och i microformat. För en introduktion, se Bryan Alexander & Alan Levine, "Web 2.0 Storytelling. Emergence of a New Genre", i *Educause Review* 2008:11–12, s. 40–56.
 11. Jay David Bolter, *Writing Space. Computers, Hypertext and the Remediation of Print*, Mahwah, N.J.: Lawrence Erlbaum Associates, cop. 2001; Kathrine N. Hayles *Electronic Literature. New Horizons for the Literary*, Notre Dame, Ind.: University of Notre Dame, 2008 samt Lev Manovich, *The Language of New Media*, Cambridge, Mass.: MIT Press, cop. 2001 är utmärkta ingångar till fältet. För nyare studier om "framtidens" berättande, se Frank Rosen, *The Art of Immersion. How the Digital Generation is Remaking Hollywood, Madison Avenue, and the Way We Tell Stories*, New York: W.W. Norton & Co., 2011.
 12. Just Charles Dickens verkar vara ett populärt exempel att ta till i diskussioner om vad den nya tekniken kan lära av den äldre litteraturen, se till exempel, Martyn Daniels, "What the eDickens?" Futurebook.net, den 23 januari 2012; Zara Fishkin, "5 Things Digital Marketers Can Learn from Charles Dickens", <http://digitalinfluencegroup.com/under/5-things-digital-marketers-can-learn-from-charles-dickens/> [hämtad juni 2013]; Becky Toyne, "On Dickens and Digital Publishing", 2012.02.13 Openbooktoronto.com [hämtad juni 2012]. Spotify-idén – att man mot en prenumerationsavgift har fri tillgång till ett visst digitalt distribuerat material som man tar del av strömmande – har i viss bemärkelse applicerats på bokens område, se tyska företaget Skoobe och för ett svenskt exempel, webbplatsformen Litfy. Se även kommande diskussion om Novellix förlag. Skoobe sjösattes 2012, och expanderar ständigt. Snart lanserar man i Storbritannien. För 9,99 euro i månaden får användaren tillgång till minst två titlar. Skoobe är en läsupp, som laddas ner till iPad, iPhone eller en androïdmobil. Appen är gratis.

- Skulle prenumeranten gilla boken går den att köpa, integrerad i appen finns en köpknapp. I nuläget finns 25 000 titlar från över 400 förlag. Se Skoobe.de [hämtad juli 2013].
13. Pixiböcker har funnits i Sverige sedan femtiotalet och har sålts i 40 miljoner exemplar. Utpriset är 12 kronor. Sedan 2011 kan man köpa Pixiboxar, presentaskar med tio Pixiböcker i varje. Se Sara Djurberg, "Barnens egen pocket", i *Svensk Bokhandel* 2011:10, s. 24–25.
 14. Johan Svedjedal, *Den sista* boken, Stockholm: Wahlström & Widstrand, 2001, s. 13.
 15. Edgar Allan Poe, "The Philosophy of Composition" i Vincent B. Leitch (red.), *The Norton Anthology of Theory and Criticism*, New York: W. W. Norton & Company, 2001, s. 742–749
 16. *Nationalencyklopedin*. Min emfas.
 17. Norman Friedman, "Recent Short Story Theories. Problems in Definitions", i Susan Lohafer & Jo Ellyn Clarey (red.), *Short Story Theories at a Crossroads*, Louisiana: Louisiana State University Press, 1989, s. 13–31. Med Friedmans ord: "Perhaps there is no inherent difference, other than the external factor of length, between the short story, the novella, and the novell." Cit. s. 18. Friedmans emfas.
 18. Viorica Patea, "The Short Story. An Overview of the History and the Evolution of the Genre", i Viorica Patea (red.), *Short Story Theories. A Twenty-First-Century Perspective*, Amsterdam: Rodopi, 2012, s. 1–38.
 19. Om miniatyren, se Andreas Huyssen, "Modernist Miniatures. Literary Snapshots of Urban Spaces", i *PMLA* 2007:122:1, s. 27–42.
 20. Charles E. May, "The American Short Story in the Twenty-First Century", i Patea 2012, s. 299.
 21. Susan Lohafer, "The Short Story", i John N. Duvall (red.), *The Cambridge Companion to American Fiction After 1945*, Cambridge: Cambridge University Press, s. 69.
 22. Uppgifterna kommer från May 2012, s. 299f. May betonar dock att hundratals magasin publicerar noveller men att dessa ofta är smala tidskrifter som utkommer vid akademier eller större bibliotek och ofta har få prenumeranter.
 23. Leslie Kaufman, "Good Fit for Today's Little Screens. Short Stories", i *The New York Times* 2013.02.15. Liknande synpunkter har uttryckts i flertalet av de förlagsgrundade podcastprogram som sänts det senaste året, se till exempel "The Short Story Renaissance", i serien "The Literary Life" som drivs av Penguin Group, US. Avsnittet om novellen kan laddas ner här: http://www.us.penguin.com/static/pages/publishersoffice/radioroom/0910/tll/short_story.html [hämtad maj 2013].
 24. Se Tobias Nielséns blogginslag "Nytt experiment med e-boken", om det svenska förlaget Volantes satsningar på e-singlar. För en länk, se <http://volante.se/2011/04/nytt-experiment-med-e-boken/> [hämtad september 2013].
 25. Statistik från Nordicom visar att bokläsning sett till befolkningen som helhet endast står för 6 procent (20 minuter) av mediedagen. Även det dagliga bokläsandet bland befolkningen som helhet i åldrarna 9–79 år har sjunkit med flera procentenheter, från 39 procent (2002) till 34 procent (2012). Källa: *Nordicom-Sveriges Mediebarometer*, se särskilt Mediedagen 2012.
 26. Charlie Sorrel, "Amazon Launches Kindle Singles. Saves Long-Form Journalism", i *Wired* 2011.01.27; Virginia Heffernan, "Living Singles", i *The New York Times* 2011.02.25; Dwight Garner, "Miniature E-books Let Journalists Stretch Legs", i *The New York Times* 2012.03.16.
 27. Om bland annat Kindle Singles försäljningsframgångar, se http://www.nytimes.com/2013/04/23/books/with-kindle-singles-david-blum-jump-starts-his-career.html?pagewanted=all&_r=2&. [hämtad juli 2013].
 28. För en diskussion om singlar, se <http://www.the-digital-reader.com/2013/04/23/kindle-singles-amazons-stealth-publishing-imprint/#.UgPiu5XzRuV> respektive http://www.nytimes.com/2013/04/23/books/with-kindle-singles-david-blum-jump-starts-his-career.html?pagewanted=all&_r=2& [hämtad juli 2013]
 29. Allison Flood, "Penguin Joins Push for Short Ebooks", i *The Guardian* 2011.12.12. Att ett förlag är "digital only" betyder att de endast publicerar digitalt.
 30. Cit. efter Allison Flood.
 31. Om Storycuts, se: <http://www.randomhouse.co.uk/lp/storycuts> [hämtad juli 2013].
 32. Postal intervju med Tobias Nielsén, Volante och undertecknad, den 26 september 2013.

- Se även Tobias Nielséns blogginlägg, ”Nytt experiment med e-boken”. Volantes e-singlar har även berörts av Pelle Snickars i ”Boken som medium”, i Ulla Carlsson & Jenny Johansson (red.), *Läsarnas marknad, marknadens läsare – en forskningsantologi*, Statens offentliga utredningar, SOU 2012:10, s. 247–260, där framför allt prissättningen på singlarna diskuteras. Se även Lina Kalmtæg, ”Volante säljer e-kapitel”, i *Svenska Dagbladet* 2011.05.11.
33. Om reklamfrasen ”stories to go”, se Novellix hemsida: www.novellix.se [hämtad september 2013].
 34. Sedan starten har man gett ut 44 titlar, främst aktuella svenska författare som Maria Sveland och Jonas Karlsson. Novellix släpper titlar fyra gånger om året, alltid fyra åt gången. För varje lansering försöker man arbeta med nya formgivare och nya stilkoncept.
 35. Intervju med Lina Hammargren, Novellix, och undertecknad den 11 augusti 2013.
 36. Ibid.
 37. Ibid.
 38. Flera av de stora morgontidningarna har kommit med digitala betallösningar, så kallade ”paywalls”, där en användare som vill läsa en artikel online, men inte är prenumerant, kan betala för att få tillgång till innehållet. Läser man till exempel *New York Times* online är endast ett begränsat antal artiklar (10 stycken) gratis, sedan får man betala. År 2012 tillkännagavs att intäkterna från försäljningen av digitalt innehåll är större än den från annonser. Se även: <http://paidcontent.org/2013/05/20/new-york-times-ceo-calls-digital-pay-model-most-successful-decision-in-years/>
 39. Postal intervju med Catharina Wrååk, MIX Förlag, Bonnierförlagen och undertecknad, den 11 augusti 2013.
 40. Ibid.
 41. Om Kortlest-appen, se <http://www.gyldendal.no/Skjoennlitteratur/iPhone-iPad-applikasjoner/Kortlest> [hämtad augusti 2013].
 42. För en initierad diskussion av Kortlest-appen, liksom dess första lansering, se bloggposten, ”Publishers, literature and apps”, <http://jilltxt.net/?p=2847> [hämtad mars 2013]. Inlägget finns på den intressanta bloggen, jilltxt.net som drivs av professorn i digitala kulturer, Jill Walker Rettberg.
 43. Allen Lau berättade om sitt företag Wattpad på IDPF-konferensen (2013.05.30) som hölls i anslutning till Book Expo America 2013. För en pdf om företaget, se http://idpf.org/sites/default/files/digital-book-conference-presentations/db2013/LAU_WATTPAD%20%5BIDPF%5D.pdf [hämtad september 2013]
 44. Några exempel är George Saunder, *Tenth of December*, New York: Random House; Karen Russell, *Vampires in the Lemon Grove*, London: Chatto & Windus, 2013; Jess Walter, *We Live in Water*, New York: Harper Collins, 2013; Nathan Englander, *What We Talk about When We Talk about Anne Frank*, London: Weidenfeld & Nicolson, 2012; Junot Diaz, *This Is How You Lose Her*, Riverhead Books: New York, 2012.
 45. Edward Nawotka, ”Is 2012 Going to Be ‘the Year of the Short Story?’”, i *Publishing Perspectives* 2011.12.21.
 46. Se Scott Porch, ”Is this the Year of the Short Story?”, i *Huffington Post* 2013.04.29. För en länk till podcasten, se <http://booksonthenightstand.com/project-short-story> [hämtad juli 2013]. Maj 2012 var även ”Short Story Month” hos Alfred A. Knopf Books, med uppläsningar, erbjudanden och gratisevenemang. Harper Perennials redaktör Cal Morgans blogg *Fifty-Two Stories* ägnas helt åt den korta berättelsen. Mer om bloggen, se <http://www.fiftytwostories.com> [hämtad juli 2013]. En rad förlagsgrundade podcastsändningar har under det senaste året haft novellen som tema. Man sänder omsorgsfulla uppläsningar, inte sällan med en seriös introduktion och en avslutande diskussion.
 47. Ricki Neuman, ”När underbart är kort”, i *Svenska Dagbladet* 2013.05.04.
 48. Se OECD (2012), ”E-books. Developments and Policy Considerations”, *OECD Digital Economy Papers*, No. 208, OECD Publishing, s. 18.

SUMMARY

Easy, Quick and Short. On Compact Literature in the Digital Era

Over the last years, various kinds of short fictional and factual prose have risen to increasing levels of popularity. This article argues that this might be explained as resulting from new ways of publishing and distributing short texts online (for instance, the app, Penguin Shorts, Amazon Singles-program), but also proceeds from new on-screen reading habits (i.e. on smartphones, tablets, dedicated readers), and participation in online digital cultures. In many ways, the digital short read is emblematic of Internet's bit culture and the short attention span of our age: a *micro* content that is cheap, mobile, easily accessed, and condensed. The paper analyses and gives further details about some of the short read-ventures that have taken place in Sweden and abroad.

Keywords: short read, mobile technologies, digital reading habits, e-books, e-singles

