

Hvornår er jeg en BookToker?

– en undersøgelse af #BookTok

Kandidatspeciale af Caroline Zacho Roskær

Thessa Jensen

4. semester KA, Interaktive Digitale Medier

Aalborg Universitet, Maj 2024

Titelblad



Interaktive Digitale Medier, Kandidat
Aalborg Universitet
4. semester KA, IDM – 2024

Navn: Caroline Zacho Roskær

Studienr.: 20194135

Vejleder: Thessa Jensen

Modul: Kandidatspeciale

Titel: Hvornår er jeg en BookToker? – en undersøgelse af #BookTok

Afleveringsdato: 31. maj 2024

ECTS: 30

Antal anslag: 182.009

Antal normalsider: 75,8

Bilag: 6

Totalsideomfang: 151

Forord

Jeg vil gerne benytte lejligheden til at sige stort tak til min vejleder, Thessa Jensen, for altid at yde god støtte og professionel sparring gennem hele processen. At skrive dette afsluttende speciale alene har til tider budt på en følelse af overvældelse over arbejdsmængden samt manglende motivation og evne til at træffe de rigtige beslutninger. Her har Thessas entusiasme og interesse i emnet samt proaktive tilgang til altid at hjælpe mig på rette vej været årsagen til, at jeg står med en færdig rapport.

Derudover skal der ydes en tak til min mand, som også har ageret sparringspartner og udvist støtte og forståelse i hele skriveprocessen men særligt her til sidst, hvor han har opgivet sin computerplads for, at jeg kunne færdiggøre rapporten.

Abstract

In this master's thesis I have explored the activities that takes place when creating content and interaction on BookTok. BookTok has increased the popularity of reading and buying books, resulting in a 'BookTok effect' that has changed the publishing industry, since marketing of books is now in the hands of the readers. BookTok has grown due to its ability to create a supportive environment where participants through sharing content about books and their reading experiences as well as interacting with others gain social connections and learn about themselves.

A literature review confirmed the lack of research on the experiences that participants have while interacting on BookTok. Through an autoethnographic approach, from December 2023 to May 2024, I have actively participated on BookTok creating videos and interacted with others, and in this process gained a deeper understanding of the mechanism behind BookTok. My participation has led to many experiences, which have challenged my understanding of TikTok and BookTok causing me to reflect upon these experiences. This has made the experience a learning process, where I have found guidance and knowledge through other peers on BookTok. Based on this I have explained the Activity System that occurs when trying to contribute to BookTok, and how the creation of content is affected by other users' interactions and content and the undefined social norms that BookTokers have created.

In this process I have tried to clarify whether BookTok is a community, subculture, or participatory culture by looking at the different mechanisms and behavior of the group. Unfortunately, I have not been able to come to a conclusion, since BookTok shares many traits with each definition depending on the user's level of participation and motivation. For some it may be a place where they find comfort in sharing experiences with others, while it may be a community of practice for others, where they participate to learn and increase their knowledge on books and creating content. Because of BookTokers way of showing their identity and creating noise through emotional and eager interactions some may view it as a subculture, but it can also be viewed as a participatory culture, since BookTok revolves around the content that users create and their interactions.

Indholdsfortegnelse

Motivation	1
<i>Problemformulering:</i>	1
Litteraturreview	2
<i>BookTok</i>	2
<i>Autoetnografiske studier af TikTok</i>	4
Activity Theory	6
<i>Ændringer i aktivitetssystemer</i>	10
Metode	11
<i>Autoetnografi</i>	12
<i>Dataindsamling</i>	13
<i>Databearbejdning</i>	14
<i>Resultatet af autoetnografi</i>	14
<i>Refleksion og etik</i>	15
Teori	16
<i>The User Experience Honeycomb</i>	16
<i>The Honeycomb of Social Media</i>	17
<i>En samlet model</i>	19
Analyse	20
<i>Outcome</i>	20
<i>Artifact</i>	22
Wireframe & affordance	23
TikToks wireframe og affordances	24
Læsning og bøger	46
<i>Subject</i>	49
<i>Object</i>	53
<i>Opsamling på Production</i>	60
<i>Rules</i>	61
<i>Community</i>	66
Fællesskab	67

Subkultur	74
Participatorisk kultur	78
Opsamling på <i>Community</i> - hvad er BookTok?	82
Opsamling på <i>Exchange</i>	83
Opsamling på <i>Consumption</i>	84
<i>Division of labour</i>	84
Opsamling på <i>Distribution</i>	85
Opsamling på Activity System	87
Bidrag	88
Konklusion	89
Litteraturliste	90
Bilagsoversigt	96
<i>Bilag 1: Litteratursøgning og resultater</i>	96
<i>Bilag 2: Litteraturreview</i>	96
<i>Bilag 3: Autoetnografisk data (se vedhæftede)</i>	96
<i>Bilag 4: Autoetnografi</i>	96
<i>Bilag 5: TikToks wireframes</i>	96
<i>Bilag 6: Litteraturgodkendelse</i>	96

Figurliste – sidetal følger bilag 4

Figur 1: YouTube, Jack in the books, 'the 5 best books i've read in 2021 (so far),
<https://www.youtube.com/watch?v=KXrJ2jISq8E&t=85s>..... **Fejl! Bogmærke er ikke defineret.**

Figur 2: YouTube, Jack Edwards, i read tiktok's most popular books -- can booktok be trusted??.
<https://www.youtube.com/watch?v=QbKrYH9ujJg&t=481s>..... **Fejl! Bogmærke er ikke defineret.**

Figur 3: TikTok, Kierra Lewis, The Ritual af Shantel Tessier,
https://www.tiktok.com/@kierralewis75/video/7244624575072537902?_r=1&t=8mTtXmjZGcq
..... **Fejl! Bogmærke er ikke defineret.**

Figur 4: TikTok, Jonah Evarts, Brandon Sanderson teases new project,
https://www.tiktok.com/@jonahevarts/video/7342935297841171755?_r=1&t=8mX5hle3rdI.. **Fejl!
Bogmærke er ikke defineret.**

Figur 5: TikTok, Brandon Sanderson, 'Yes I did it again',
https://www.tiktok.com/@authorbrandonsanderson/video/7342958322045242666?_r=1&t=8mLMQyeSwhk..... **Fejl! Bogmærke er ikke defineret.**

Figur 6: TikTok, Bog&Idé Nytorv, Sammensæt din egen adventskalender,
https://www.tiktok.com/@bogide.nytorv/video/7301994612028116257?_r=1&t=8mVGNOOrOOIF
..... **Fejl! Bogmærke er ikke defineret.**

Figur 7: TikTok, Caro reads, Help choose my 1st advent book,
https://www.tiktok.com/@carosbooks/video/7308025622285143329?is_from_webapp=1&web_id=7348716946282202657..... **Fejl! Bogmærke er ikke defineret.**

Figur 8: TikTok, Caro reads, Reading journal 2023 flip through,
https://www.tiktok.com/@carosbooks/video/7320242211105410336?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7348716946282202657..... **Fejl! Bogmærke er ikke defineret.**

Figur 9: TikTok, Caro reads, All the books i read in 2023 reading journal flip through,
https://www.tiktok.com/@carosbooks/video/7320323977031863585?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7348716946282202657..... **Fejl! Bogmærke er ikke defineret.**

Figur 10: TikTok, Caro reads, Reading journal 2024 flip through,
https://www.tiktok.com/@carosbooks/video/7320668316681375009?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7348716946282202657..... **Fejl! Bogmærke er ikke defineret.**

Figur 11: TikTok, Caro reads, Rainbow challenge,
https://www.tiktok.com/@carosbooks/video/7328786660542401824?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7348716946282202657..... **Fejl! Bogmærke er ikke defineret.**

Figur 12: TikTok, Caro reads, Iron Flame part 2,
https://www.tiktok.com/@carosbooks/video/7323726664846822689?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7348716946282202657..... **Fejl! Bogmærke er ikke defineret.**

Figur 13: TikTok, Caro reads, After finishing Iron Flame,
https://www.tiktok.com/@carosbooks/video/7325070192596225313?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7348716946282202657 **Fejl! Bogmærke er ikke defineret.**

Figur 14: TikTok, Caro reads, After finishing The Ballad of Never After,
https://www.tiktok.com/@carosbooks/photo/7339147974066343200?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7348716946282202657 **Fejl! Bogmærke er ikke defineret.**

Figur 15: TikTok, Jolie Reads, growing your booktok account,
https://www.tiktok.com/@jolie_reads/video/7326949639163481390?_t=8mEYEnYKPr6&_r=1..19

Figur 16: TikTok, Amanda, BookTok Follow Party,
<https://www.tiktok.com/@amandaisbooked/photo/7341896567525297438> **Fejl! Bogmærke er ikke defineret.**

Figur 17: TikTok, Caro reads, ‘The name of the book you’re currently reading is the new nickname for your cooch’,
https://www.tiktok.com/@carosbooks/video/7359990724936404256?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7348716946282202657 **Fejl! Bogmærke er ikke defineret.**

Figur 18: TikTok, Caro reads, Book Trope Tier-Ranking,
https://www.tiktok.com/@carosbooks/video/7361476389821812001?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7348716946282202657 **Fejl! Bogmærke er ikke defineret.**

Figur 19: TikTok, Ashli, are books turning into fast fashion?,
https://www.tiktok.com/@kindagayash/video/7305489683440602401?_r=1&_t=8mEXWAqw3UX
..... **Fejl! Bogmærke er ikke defineret.**

Figur 20: TikTok, rad all the rad reads, smut is healing and i will not feel ashamed,
https://www.tiktok.com/@alltheradreads/video/7359952031974559018?_r=1&_t=8mEcSZCVd0S
..... **Fejl! Bogmærke er ikke defineret.**

Figur 21: TikTok, Daniel Alexander, discussion of BookToks legitimacy,
https://www.tiktok.com/@dalecsander/video/7357473730416643370?_r=1&_t=8mEbNmRIIGa..29

Figur 22: TikTok, someoneiworkwith, Full time on set,
https://www.tiktok.com/@someoneiworkwith/video/7337563578133679367?_t=8mEMf0PQTZo&_r=1 **Fejl! Bogmærke er ikke defineret.0**

Figur 23: TikTok, imjoshfromengland2, Explain yourself right now,
https://www.tiktok.com/@imjoshfromengland2/video/7339728398954106144?_r=1&_t=8mEMj7l07BA **Fejl! Bogmærke er ikke defineret.0**

Figur 24: TikTok, imjoshfromengland2, Why is this a thing?! Explain to me?!,
https://www.tiktok.com/@imjoshfromengland2/video/7340100950687878433?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7348716946282202657 **Fejl! Bogmærke er ikke defineret.**

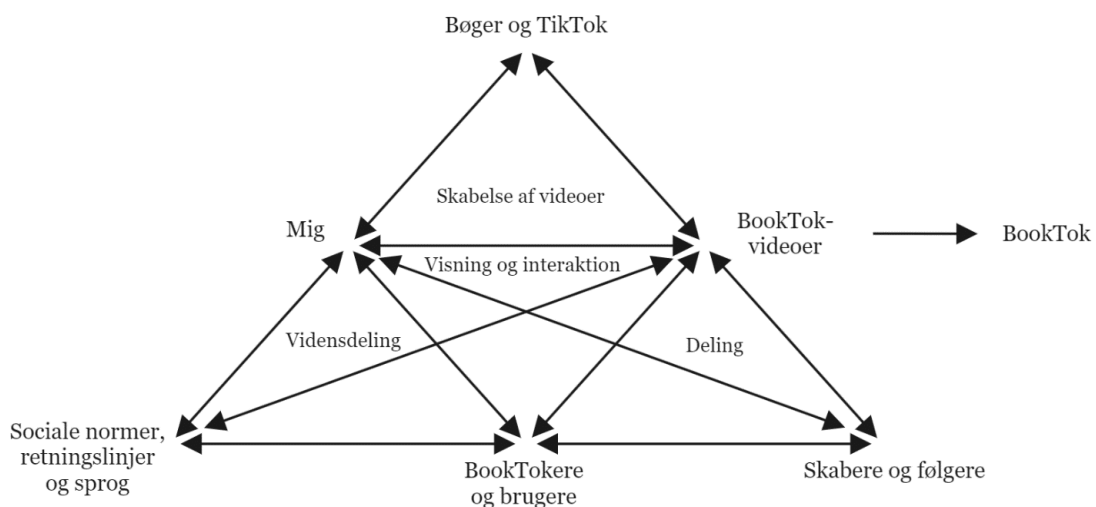
Motivation

Dette speciale har til formål at undersøge det fællesskab, der eksisterer på mediet TikTok, som går under hashtagget #BookTok. På BookTok deler deltagerne deres interesser for bøger og læsning gennem videoindhold, hvortil andre brugere interagerer med dette. Interessen for at undersøge feltet skyldes min egen deltagelse på BookTok over en længere periode både som en bruger, der ser og interagerer med andre brugeres indhold, men også som en aktiv skaber af indhold. Derudover har jeg selv købt adskillige bøger, på baggrund af BookTok, hvorfor jeg ikke kun har forståelse for brugen af mediet, men også hvordan det er med til at påvirke brugernes adfærd. Jeg har derfor en interesse i at skabe en bredere forståelse for, hvad der gør deltagelsen på BookTok så attraktiv, men også hvad det kræver af en bruger, for at føle sig som en del af dette fællesskab. Jeg vil løbende omtale BookTok som et fællesskab, da begrebet anvendes i undersøgelsens overordnede analysemodel, men hvorvidt det rent faktisk kan klassificeres som et fællesskab, vil jeg senere diskutere. Undersøgelsens problemformulering er derfor, på nuværende tidspunkt, følgende:

Problemformulering:

Hvordan kan fællesskabet på BookTok undersøges og forstås mhp. de overvejelser og elementer, som indgår i processen med både at skabe indhold og interagere med andre brugere, men også for at føle sig som en del af fællesskabet?

Problemformuleringen vil blive undersøgt med en autoetnografisk metode, hvormed jeg anvender og udforsker mit kendskab til BookTok gennem fortsat aktiv deltagelse på mediet. På baggrund af min undersøgelse og denne rapport kan BookTok forklares ud fra følgende model:



Model 1: Activity System udfyldt for BookTok, egen illustration (Engeström, 2014, s. 63)

Litteraturreview

I det følgende vil jeg foretage en søgning på forskningslitteratur, der vedrører BookTok, for at afdække, hvilke aspekter af fællesskabet, som tidligere forskning har fokuseret på. Derefter vil jeg foretage en søgning på forskningslitteratur, som har undersøgt TikTok ud fra et autoetnografisk perspektiv for at se om, og hvordan andre forskere har brugt metoden. I bilag 1 fremgår en oversigt over de databaser, jeg har søgt på, mine søgeord og -kriterier, samt antal resultater. I bilag 2 fremgår en oversigt over alt udvalgt litteratur fra litteratursøgningen, herunder kildernes titel, hvilken database og søgeord der er benyttet til at finde dem, hvad de handler om, hvilken type kilderne er samt deres relevans baseret på antal citeringer fra Google Scholar, og hvorvidt de i Aalborg Universitetsbibliotek (AUB) er markeret som peer reviewed.

BookTok

Til at undersøge allerede eksisterende litteratur og forskning om BookTok, har jeg udført forskellige søgninger på diverse databaser. Første søgning var med ordet BookTok, hvilket gav fire resultater på ACM Digital Library, ni på Sage Journals, tre på Academic Search Premier, 14 på Scopus, 31 på ProQuest og 69 på Google Scholar. Det skal påpeges at flere af artiklerne var gengangere på de forskellige databaser, hvormed tallene ikke indikerer unikke artikler. Heraf udvalgte jeg 15 artikler og noterede hhv. undersøgelsesnes spørgsmål, metoder, resultater, opfordring til fremtidig forskning, potentielt relevante referencer, samt hvis der opstod nogle bemærkninger. Dette blev gjort mhp. at kortlægge, hvilke områder af fænomenet de undersøgte, og hvorvidt der tidligere er lavet nogle autoetnografiske undersøgelser af BookTok. Derudover så jeg et potentiale i at finde yderligere litteratur, som ikke umiddelbart fremgik af litteratursøgningen, ved at kigge teksternes referencelister igennem. Jeg fandt herigennem 17 yderligere undersøgelser, der også omtalte BookTok, læsekultur og -adfærd, samt hvordan indflydelse via sociale medier fungerer. Ved nærmere gennemlæsning blev dette reduceret til 5 tekster, som også vil blive inddraget i det følgende.

Der fremgår efterhånden en stigende interesse for at undersøge BookTok, hvilket kan skyldes dets samfundsmæssige indflydelse. Forskellige aspekter af BookTok er allerede blevet undersøgt, heriblandt hvordan bogrelateret indhold præsenterer sig forskelligt på TikTok (BookTok), YouTube (BookTube) og Instagram (Bookstagram), og hvordan brugerne har mulighed for at engagere sig i bøger på de forskellige medier (Dezuanni et al., 2022; Reddan, 2022; Guehring, 2023; Nicoll, 2023).

Dette skyldes, at medierne har forskellige designs og produktionsmuligheder, som har medført, at brugerne benytter medierne til forskellige typer af indholdsproduktion. Andre har undersøgt brugernes motivation til at skabe indhold på platformen og særligt, hvordan forståelsen for algoritmen og mediets affordances anvendes til at skabe en læseidentitet (Martens et al., 2022; Guinez-Cabrera & Mansilla-Obando, 2022; Low et al., 2023). Derudover har forskere undersøgt, hvordan BookTok har været med til at øge interessen for læsning ved at skabe nogle rum og opdatere konceptet om 'shared readings' (Depexe & dos Santos Freitas, 2023; Boffone & Jerasa, 2021; Maddox & Gill, 2023). Shared reading henviser til samtaler om bøger, interaktionen mellem læsere og som resultat heraf offentliggørelse af værker med en positiv indvirkning på forlagsbranchen (Depexe & dos Santos Freitas, 2023, s. 276). Dette muliggør mediet gennem bl.a. hashtags, lydfiler og samarbejder, hvor brugerne kan dele ud af egne eller opleve andres læseoplevelser og holdninger til bøger. I forlængelse af dette argumenterer en anden undersøgelse for, at læsning er et socialt aspekt såvel som en præstation grundet det arbejde som aktiviteten kræver heriblandt optagelse og redigering af video, uploading samt at vente på reaktioner (Birke, 2021). Jeg ser det også relevant at inddrage undersøgelser af, hvorfor individer generelt er motiveret til at læse og købe bøger (Merga, 2017; Olave, 2020), og hvilke fordele der er ved at læse (Jerrim & Moss, 2019; Levine et al., 2022), da det giver forståelse for handlingen bag BookTok, som er at brugerne vælger at læse bøger.

BookTok er ligeledes blevet undersøgt med fokus på, hvad der er populært på platformen ift. forfattere, specifikke bøger, temaer og hashtags (Merga, 2021). I forlængelse af den stigende interesse for læsning grundet BookTok, har det øget bogsalget og påvirket forlagsbranchen (Depexe & dos Santos Freitas, 2023; Currenti, 2023; Wiederhold, 2022). Med dette stigende kendskab til og brug af BookTok har der også været interesse i at undersøge, hvordan virksomheder, herunder boghandlere, forfattere og biblioteker, kan benytte TikTok til at fremme deres eksponering og salg (Nicoll, 2023; Merga, 2021). Der er også opstået en mulighed for at undersøge, hvordan BookTok og interessen herfor kan udnyttes i undervisningssammenhæng til at øge elevernes grad af læsning (Jerasa & Boffone, 2021; Dera et al., 2023; Boffone & Jerasa, 2021).

BookTok er primært blevet undersøgt ved indsamling af videoer og udarbejdelsen af indholdsanalyser (Dezuanni et al., 2022; Merga, 2021; Depexe & dos Santos Freitas, 2023; Low et al., 2023; Maddox & Gill, 2023; Guehring, 2023). I to af studierne er der foretaget interviews med indholdsskabere på BookTok (Currenti, 2023; Guíñez-Cabrera & Mansilla-Obando, 2022) og i et

andet er der lavet et spørgeskema blandt studerende (Dera et al., 2023). I andre studier har man anvendt en etnografisk tilgang til at undersøge interaktionen på TikTok og de affordances, som BookTok tilbyder, med udgangspunkt i videoer med en given bogs titel som hashtag (Boffone & Jerasa, 2021) og ved at finde videoer relateret til tre bedst sælgende bøger (Martens et al., 2022).

Ved udførelsen af interviews med indholdsskabere og etnografiske studier, der undersøger interaktionen på TikTok, ses der en interesse i, hvordan brugerne oplever BookTok, men ikke hvordan processen med skabelsen af indhold foregår. Jeg vil også argumentere for, at der er en distancering fra forskeren, der ikke nødvendigvis har en personlig interesse i BookTok, og den deltagende. Herved begrænses muligheden for en fuld forståelse af de interpersonelle oplevelser, som opstår ved deltagelsen i BookTok, da de kan være svære at beskrive eller genkalde i interview-sammenhænge. Som aktiv deltager i BookTok, har jeg observeret og oplevet mange positive aspekter, bl.a. underholdning over hvordan brugerne udtrykker deres passion, bekræftelsen ved at opleve andre beskrive deres positive oplevelser med en bog, jeg selv har læst, samt opmuntrende reaktioner på indhold, jeg har lavet. Jeg har også observeret indhold og adfærd, der har skabt nogle bekymringer, herunder et pres på, hvor meget man skal læse for at kunne være en 'valid' BookToker, og hvilke bøger og genrer man skal læse for at være med på de trends, der opstår. Dette er ikke noget, som jeg i min litteratursøgning har kunne se andre forskere undersøge, da der har været fokus på den positive indflydelse, BookTok har haft. Jeg ser derfor en mulighed for at undersøge dette nærmere med fokus på, hvordan oplevelsen på BookTok er påvirket af det indhold andre brugere har skabt. I min litteratursøgning af BookTok har jeg heller ikke fundet undersøgelser, hvor der er anvendt en autoetnografisk metode, hvilket igen giver anledning til et sådant studie.

Autoetnografiske studier af TikTok

Da jeg ikke fandt nogle autoetnografiske studier af BookTok, så jeg et potentiale i at udvide min søgning. Derfor valgte jeg at foretage en søgning på "TikTok AND autoetnografi" for at afdække, hvorvidt nogle har anvendt metoden til at undersøge TikTok. Interessen for dette var både at få inspiration til anvendelsen af metoden, men også for at afdække andres oplevelser med brugen af metoden på mediet. Dette gav 15 resultater på ACM Digital Library, 16 på Sage Journals, 26 på ProQuest og ca. 1350 på Google Scholar. Udfordringen herved var, at en undersøgelses metodevalg sjældent fremgår i overskriften og med begrænsede filtreringsmuligheder på Google Scholar, medførte dette mange resultater, hvor et af ordene fremgik i referencelisten. Den autoetnografiske metode var derfor ikke fokus for mange af undersøgelserne, hvormed antallet af søgeresultater ikke

er valid ift. min intenderede søgning. Jeg udvalgte her fem artikler, der gjorde brug af etnografi, autoetnografi eller kollaborativ autoetnografi, som jeg ville undersøge nærmere. De to tidligere nævnte undersøgelser (Boffone & Jerasa, 2021; Martens et al., 2022), som også benyttede etnografiske tilgange, vil også blive inddraget her.

I en af undersøgelserne, blev digital autoetnografi anvendt til at undersøge forskerens egen oplevelse for at forstå en kulturel oplevelse. Dette blev gjort gennem dokumenterede oplevelser med censur på sociale medier og skabelse af indhold, samt at forskeren betragtede sin egen tilstedeværelse på sociale medier som realtidsforskning (Are, 2022). En anden undersøgelse anvendte kollaborativ etnografi til at udforske TikToks anvendelighed som et sted til selvopdagelse og læring, hvor forskeren og dennes søster diskutererede og i samarbejde analyserede videoer for at udvide forskerens forståelse af søsterens lidelse (Cerretani, 2023). I en tredje undersøgelse foretog forskerne etnografiske observationer over fire måneder, hvor de undersøgte indhold, form og stil af TikTok videre med et givent hashtag og lavede feltnoter (Newton & Southerton, 2023). En dag så de også TikTok videoer sammen gennem en induktiv proces over fem timer, som de optog og transskriberede for bagefter at kunne analysere og reflektere herover. I et fjerde studie benyttede forskeren en autoetnografisk tilgang til observation, registrering og refleksion over de forskellige følelser, som TikTok-videoerne skabte hos vedkommende samt hvordan dennes feltnoter ændrede sig. Dette foregik over flere måneder med observation på TikTok, hvor forskeren mellem en og tre timer ad gangen søgte på nøgleord, så videoer og benyttede hashtags samt læste kommentarer og observerede interaktioner mellem skabere og publikummet (Southerton, 2021). I et femte studie anvendes kollaborativ autoetnografi i et casestudie, hvor to kronisk syge forfattere bruger teknologi til at vise, hvordan forskellige typer teknologi kan bruges til at give adgang i forskellige sociale og arbejdsmæssige scenarier (Mack et al., 2022). De to førnævnte undersøgelser angående BookTok gør også brug af etnografi ved hhv. at undersøge TikTok videoer centreret om en bog, Cemetery Boys, og videoer centreret omkring tre af de mest populære bøger på TikTok fra 2021 (Boffone & Jerasa, 2021; Martens et al., 2022). Her tog de feltnoter angående de følelser, citater, baggrunde og indstillinger, som fremgik i videoerne.

Fælles for de ovennævnte undersøgelser har været at forskerne enten udgør den målgruppe, som deres undersøgelse har fokus på, eller at de over længere tid har været observatører på det givne medie, hvor de har forsøgt at forstå indholdet og den dynamik, der er mellem skabere af indhold og seerne af dette. Det er dog kun i førstnævnte studie, at forskeren selv udgjorde en indholdsskaber i

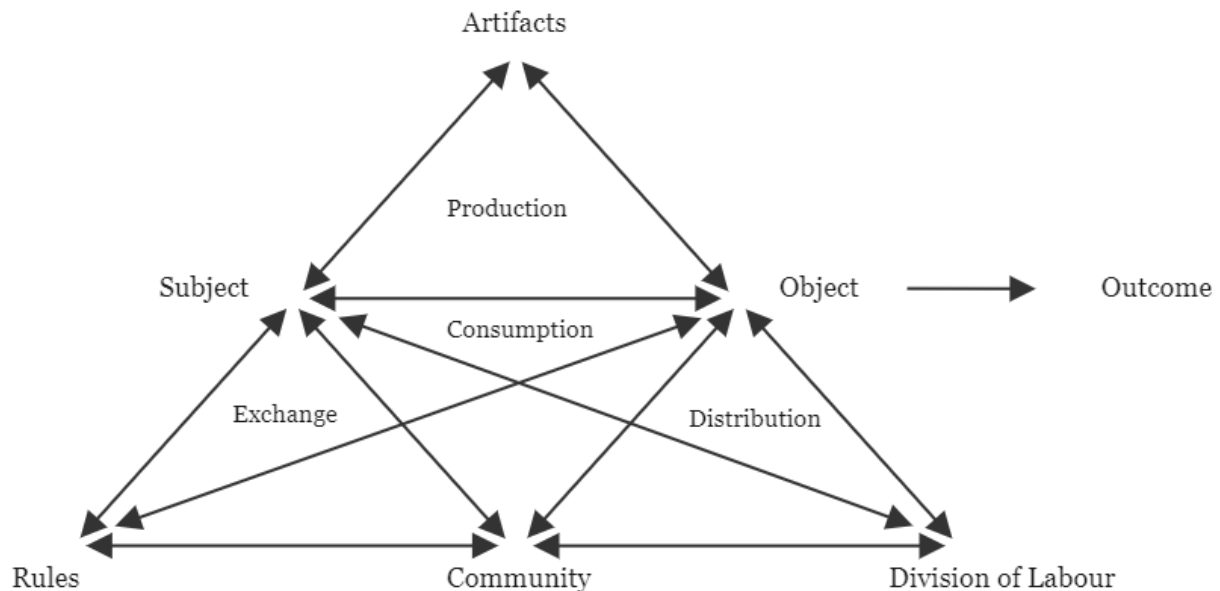
processen. I de andre studier har der derfor ikke været mulighed for at opnå en dybdegående forståelse for de oplevelser og erfaringer, som en skaber i processen gennemlever, hvormed jeg igen ser et potentiale for at udforske dette nærmere gennem min egen aktive deltagelse på BookTok.

Activity Theory

Grundet min interesse for at undersøge fænomenet ved selv at indgå aktivt i det for derigennem at opnå forståelse for det indefra, er denne undersøgelses videnskabsteoretiske ramme knyttet til konstruktivismen. Konstruktivisme henviser til teorier om læring, og hvordan mennesker konstruerer deres egen forståelse og viden om verden, ved at opleve den, reflektere over disse oplevelser og sammenholde dem med deres tidligere forståelse. Epistemologien herved er, at viden konstrueres af individet gennem dennes interaktion med samfundet og omgivelserne, hvilket gør viden dynamisk og foranderlig samt socialt konstrueret og forhandlende. Den lærende er således meget aktivt involveret med læreren og de jævnaldrende i at skabe viden (Harasim, 2017, s. 62). Jeg har allerede kendskab til mediet og BookTok, da jeg i længere tid har set og interageret med andre brugeres indhold. Jeg vil ifm. denne undersøgelse dog indgå mere aktivt i BookTok ved selv at blive en skaber af indhold hertil, hvormed nye former for interaktioner med både mediet og dets brugere opstår, som giver nye oplevelser og erfaringer. Mit vidensgrundlag og forståelse vil derfor udvikle sig ifm. disse interaktioner.

Ifølge Yrjö Engeström (2018) skal enhver læringsteori besvare fire centrale spørgsmål: 1) Hvem er subjektet, der lærer? 2) Hvorfor lærer de? 3) Hvad lærer de? og 4) Hvordan lærer de?. Med disse spørgsmål undersøger Engeström teorien om ekspansiv læring, som blev udviklet indenfor rammeværket af kulturhistorisk aktivitetsteori (Engeström, 2018, s. 46). Det er Lev Vygotsky, som initierede denne aktivitetsteori ud fra idéen om mediering. Denne idé visualiseres i hans triangulerende model, hvori forbindelsen mellem stimulus og respons påvirkes og medieres af et artefakt. Dette artefakt former dermed individets interaktion og udbyttet af dets handlinger (Engeström, 2018, s. 47). En TikTok-video adskiller sig f.eks. fra et Instagram opslag pga. mediets opbygning og funktionsmuligheder. Grundet hans inddragelse af kulturelle artefakter, er det ikke muligt at forstå individet uden sine kulturelle midler og samfundet uden de individer, som bruger og producerer artefakter. Med dette blev objekter kulturelle enheder, og den objektorienterede handling blev essentiel til at forstå den menneskelige psyke. Problemet med Vygotskys triangulerende model er, at den er individfokuseret, hvorfor Alexei Leont'ev forklarede den

afgørende forskel mellem en individuel handling og en kollektiv aktivitet, hvormed der kom fokus på de komplekse sammenhænge mellem det enkelte subjekt og dennes fællesskab (Engeström, 2018, s. 47). Engeström udarbejdede nedenstående *Activity System*-model, der viser dette og hermed strukturen for det menneskelige aktivitetssystem.



Model 2: Activity System, egen illustration (Engeström, 2014, s. 63; Vahed et al., 2018, s. 4)

Den øverste del af modellen viser Vygotskys triangulerende model, men den menneskelige aktivitet kan ikke reduceres til hans model alene, da der ikke er tale om en enkeltstående individuel produktion. Menneskelig aktivitet finder derimod altid sted i et fællesskab, som styres af en arbejdsdeling og nogle regler, hvormed der er tale om en social udveksling og samfundsmæssig distribution (Engeström, 2014, s. 114). Mine beslutninger vedrørende skabelsen af indhold er således påvirket af, hvad jeg har set andre gøre, og hvordan jeg forstår mediet samt de underforståede sociale normer, der eksisterer, selvom det ikke nødvendigvis er tydeligt i processen. Selvom Engeströms aktivitetsteori er udviklet med fokus på organisationer, vil jeg argumentere for at modellen også kan anvendes til at forstå et fænomen med udgangspunkt i en individuel persons adfærd, læringsprocesser og udvikling. Med Engeströms teori er det hele aktivitetssystemet, som undersøges og analyseres, heriblandt de sociale og kulturelle aspekter, der udgør konteksten. Modellen kan bruges til at forstå menneskelig adfærd og sociale praksisser indenfor dennes kontekst og søger at forklare, hvordan individer og fællesskaber interagerer med deres miljøer for at opnå specifikke mål (Fujita & Brett, 2008, s. 249). Den kan derfor hjælpe med at forklare, hvorfor jeg og

andre brugere interagerer, som vi gør, på BookTok ved at kigge på de forskellige mekanismer, som påvirker os.

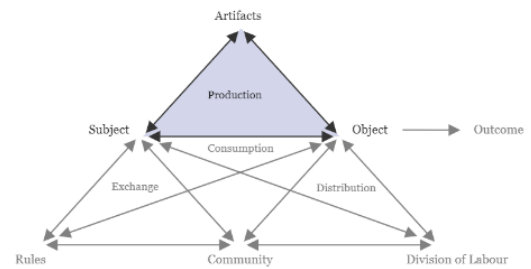
Et aktivitetssystem er et fællesskab med flere synspunkter og interesser og denne flerstemmighed af forskellige perspektiver kan visualiseres med et netværk af interagerende aktivitetssystemer. Modellen udvides i så fald til at omfatte mindst to interagerende aktivitetssystemer, hvor objektet bliver samlingspunktet for dette delte eller fælles konstruerede objekt (Engeström, 2018, s. 49). For denne rapport vil jeg dog kun analysere ét aktivitetssystem, som tager udgangspunkt i mig som subjekt, men løbende vil jeg forsøge at udfolde, hvordan givne situationer for andre subjekter kunne udspille sig anderledes.

Engeström opfatter menneskelig aktivitet som noget, der foregår i nogle indbyrdes forbundne systemer. I aktivitetssystemet indgår følgende elementer:

- *subject* som er det individ eller den gruppe, hvis synspunkt man undersøger fra,
- *object* som er den intenderede aktivitet,
- værktøjer eller *artifacts*, fysiske såvel som symbolske, som benyttes for at skabe objektet,
- *rules*, normer eller betingelser, der bestemmer, hvordan og hvorfor individer handler og disse er resultatet af en social betingelse,
- *division of labour*, indebærer uddelegeringen af arbejde samt magt og status blandt fællesskabets medlemmer,
- *community*, som er de personer eller grupper, hvis viden, interesser og/eller mål påvirker aktiviteten,
- og *outcome*, som er det ønskede mål med aktiviteten (Vahed et al., 2018, s. 4; Engeström, 1993, s. 67 iflg. Fujita & Brett, 2008, s. 249).

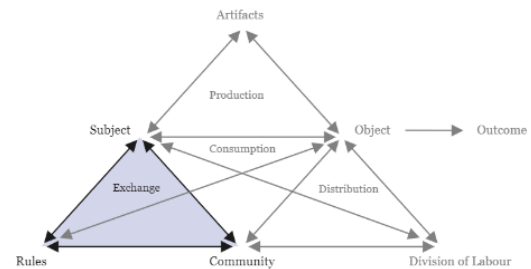
Det centrale emne ved aktivitetsteori er objektet, som er det, der forbinder individets handlinger til den kollektive aktivitet, og det er denne overførsel fra objektet til udbyttet (illustreret med pilen i model 2) der udgør motivationen for aktiviteten og giver den bredere mening bag individets handlinger (Engeström, 1999, s. 31). De enkelte elementer i aktivitetssystemet er indbyrdes forbundne og påvirker hinanden dynamisk og er derfor opstillet som forskellige trekanter.

Forholdet mellem subjektet og objektet er medieret ved brug af artefakter, da det kræver nogle værktøjer at udarbejde objektet. Der foregår her en *production*.



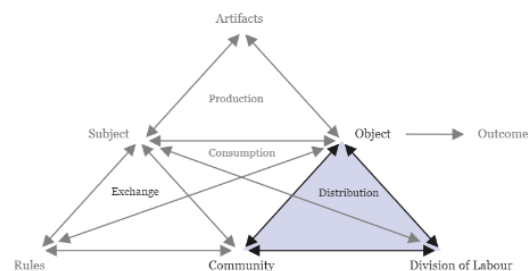
Model 3: Activity System production, egen illustration

Forholdet mellem subjektet og fællesskabet er medieret gennem regler. Der foregår her en *exchange*.



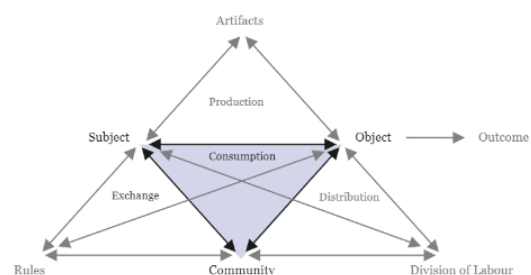
Model 4: Activity System exchange, egen illustration

Forholdet mellem objektet og fællesskabet er medieret gennem uddelegeringen af arbejdet i forhold til, hvordan aktiviteten distribueres mellem medlemmerne. Der foregår her en *distribution*.



Model 5: Activity System distribution, egen illustration

Forholdet mellem objektet og subjektet er medieret gennem fællesskabet, da det er dem, som ser indholdet. Der foregår her et *consumption*.



Model 6: Activity System consumption, egen illustration

Selvom dette antyder, at man kan analysere de enkelte relationer, bør man altid stræbe efter at forstå den systemiske helhed og ikke kun de enkelte forbindelser (Engeström, 2014, s. 62). Det er dog svært at analysere helheden uden at undersøge de enkelte dele. Analysen vil derfor blive struktureret efter de enkelte elementer, men der vil opstå referencer til de forskellige elementer på tværs.

Ændringer i aktivitetssystemer

Der kan opstå nogle *contradictions* (modsætninger) fra elementerne af aktivitetssystemet, som er indre konflikter eller spændinger i systemet, der skaber et behov for forandring. De er ikke problemer, men drivkraften for innovation og udvikling i aktivitetssystemet, da de medfører ændringer i aktiviteten (Engeström, 2018, s. 48-50). Det kunne f.eks. da TikTok ændrede på grænsen fra en videolængde på 15 sek. til 60 sek. og senere 10 min., da det pludselig gav mulighed for mere udfoldelse i indholdet, hvormed praksissen med at producere TikTok-videoer blev ændret. Aktiviteten indebærer således både produktion og reproduktion.

For at forstå hvordan aktivitetssystemer udvikles og ændres, er ekspansive cyklusser vigtige. De kan forstås som en kollektiv udvidelse af Vygotskys zone for nærmeste udvikling (Engeström, 1999, s. 34). Vygotsky fokuserede på den sociale kontekst snarere end den individuelle kontekst for menneskets kognitive udvikling. Ifølge ham sker den biologiske udvikling ikke isoleret, men påvirkes af sociale interaktioner (Harasim, 2017, s. 68). Han opdagede, at et barn i samarbejde med en voksen, person med højere udviklingsniveau eller jævnbyrdige, kunne løse sværere problemer end et barn, der ikke modtog hjælp. Årsagen til at der opnås succes er, fordi den erfarne har forklaret, givet information, stillet spørgsmål og rettet, samt fået barnet til at forklare. Barnets forståelse formes derfor i processen med vejledningen, der finder sted i samarbejde med den mere kyndige (Vygotsky, 1986, s. 191). Hans definition af zonen for nærmeste udvikling er: *“the distance between the actual developmental level as determined by independent problem solving and the level of potential development as determined through problem solving under adult guidance or in collaboration with more capable peers”* (Vygotsky, 1978, s. 86 iflg. Engeström, 2014, s. 134). Selvom Vygotsky tog udgangspunkt i børn, kan hans pointe overføres til individer i alle aldre. Når individet interagerer med andre, diskuterer et problem eller koncept og modtager feedback, så denne kan løse problemet, er der også tale om zonen for nærmeste udvikling (Harasim, 2017, s. 70). Engeström påpeger, at Vygotskys definition ikke inddrager, hvordan aktiviteterne som samfundsmæssige systemiske formationer udvikler og ændrer sig konstant. Han omformulerer hermed zonen for nærmeste udvikling til: *“the distance between the present everyday actions of the individuals and the historically new form of the societal activity that can be collectively generated as a solution to the double bind potentially embedded in the everyday actions”* (Engeström, 2014, s. 138). Hermed inddrages samfundets udvikling og indflydelse i individets udvikling.

En ekspansiv cyklus er en udviklingsproces, der indeholder internalisering og eksternalisering og trækker bl.a. på de tidligere nævnte *contradictions*. Cyklussen begynder med næsten kun at have fokus på internalisering i form af individets socialisering og træning af den aktivitet, som rutinemæssigt udføres. Før jeg begyndte at skabe indhold på BookTok, havde jeg set meget forskelligt BookTok-indhold, samt udarbejdet nogle videoer, hvormed jeg havde kendskab til appens produktionsværktøjer. Der opstår kun kreativ eksternalisering i form af diskrete individuelle innovationer, som til start virker forstyrrende i det totale aktivitetssystem (Engeström, 1999, s. 33). Løbende producerede jeg mere indhold og fik større kendskab til metoderne og prøvede forskellige tilgange af til indholdsskabelse. Samtidig opstår nye tendenser på BookTok ift. måden at skabe indhold, og hvad der skabes indhold om. Efterhånden som disse forstyrrelser bliver mere krævende, sker der ved internaliseringen en kritisk selvrefleksion, som medfører en øget eksternalisering i takt med at man i højere grad søger efter løsninger. Denne kritiske selvrefleksion minder om reflection-in-practice, der skal forstås, som at man reflekterer over sin viden og bruger denne nye forståelse og erfaring til at forbedre det fremtidige arbejde (Schön, 1983, s. 59-60). I takt med at jeg har udarbejdede indhold til BookTok var jeg nysgerrig på, hvad der fik mere engagement end andet. Jeg skabte forskellige typer indhold og prøvede forskellige metoder til at få flere følgere på. I processen var nogle tilgange bedre, hvorfor jeg fortsatte adfærden, mens andre blev droppet. Når en ny model for aktiviteten er implementeret, har eksternaliseringen nået sit højdepunkt, hvorefter den stabiliserer sig, hvilket medfører at internaliseringen af de nye måder og midler igen bliver den dominerende form for læring og udvikling (Engeström, 1999, s. 34). Jeg bevarede min nye tilgang til videoskabelse og interaktion på mediet indtil nye overvejelser, muligheder eller undringer opstod, som igangsatte en ny ekspansiv cyklus.

Metode

Til at undersøge BookTok vil jeg anvende en autoetnografisk tilgang, da jeg i forvejen har et stort kendskab til TikTok, men særligt også BookTok. Jeg ser det derfor fordelagtigt at benytte en metode, som tillader mig at bruge denne viden. Indblikket i de forskellige elementer af aktivitetssystemet vil derfor blive undersøgt ud fra mine egne oplevelser og refleksioner over BookTok. Samtidig viste litteraturreviewet, at der ikke er foretaget undersøgelser af BookTok med denne metode, hvormed det også bringer et nyt perspektiv til forskningen. Endeligt er metoden brugbar til at besvare problemformuleringen, som forudsætter en interpersonel vinkel, eftersom BookTok ikke er en officiel gruppe med regler eller procedurer, hvormed forståelsen af, hvad det vil sige at være en del

af BookTok, ligger i samspillet mellem den enkelte deltager og de andre deltagere. Jeg vil derfor beskrive metoden i det følgende.

Autoetnografi er en kvalitativ metode. Kvalitative metoder henviser til forskellige forskningsprocedurer, hvor målet er, at forskeren forsøger at forstå kompleksiteten i den sociale verden, vi er en del af, samt hvordan vi tænker, handler og skaber mening. Dette stemmer overens med den konstruktivistiske videnskabsteori, der også har til hensigt at lære, hvordan mennesket skaber sin forståelse af verden. Metoden har fokus på at komme tæt på dem, som studeres, i forsøget på at se verden gennem deres øjne samt formidle oplevelsen på en måde, der er tro mod deres liv (Ellis, 2004, s. 25). Autoetnografi er her en metode, der bringer forskeren i centrum, som deltagende aktør, og anerkender hermed også subjektivitet og emotionalitet, samt forskerens indflydelse på forskningen (Ellis et al., 2011, s. 274).

Autoetnografi

Autoetnografi er en udvidelse af etnografi, som er kendetegnet ved, at forskeren beskriver mennesker og kultur ud fra førstehåndsobservationer og deltagelse i den givne kontekst (Ellis, 2004, s. 26). Autoetnografi har fokus på selvet (auto) og kultur (etno), og søger at beskrive (grafi) dette. Det er en proces, hvor forskeren løbende interagerer med den sociale verden, der undersøges, og reflekterer over sine personlige oplevelser heri. Det er også et produkt, da disse indsigter bearbejdes til et skriftligt materiale, som analyseres (Ellis, 2004, s. 31-32). Autoetnografen kigger først gennem en etnografisk linse, der fokuserer udad på de sociale og kulturelle dele af dennes personlige erfaringer, hvorefter vedkommende ser indad og afslører sig selv, som et menneske, der påvirkes af kulturelle fortolkninger (Ellis, 2004, s. 37). Jeg har således interageret med BookTok og brugerne herpå og i processen reflekteret over disse oplevelser, og hvordan de har påvirket min fremtidige interaktion på mediet.

Terminologien kan udvides til digital eller cyber-autoetnografi, eftersom BookTok er et fænomen, som primært foregår på TikTok. Fordi mange af vores hverdagsoplevelser efterhånden er digitaliserede, f.eks. deltagelsen på BookTok, kan der argumenteres for, at vi lever i en kompleks cyberkultur. Vi møder flere cyberspaces og historier dagligt, og her danner og dyrker vi fællesskaber, samt reflekterer over, hvem vi er, udvikler vores identiteter og repræsenterer os selv på disse sociale netværkssider (Atay, 2020, s. 269). Når brugere interagerer på BookTok og producerer indhold hertil, sker der en personlig udforskning af, hvem de er ift. måden, de vælger at benytte mediet, og

hvad de vælger at vise og afsløre om dem selv. For at forstå vores identiteter i denne kultur kan digital autoetnografi benyttes. Digital autoetnografi kan finde sted på samme måde som den traditionelle autoetnografi, hvor autoetnografen søger at forklare kulturelle identiteter og erfaringer inden for en digital kultur (Atay, 2020, s. 272).

Dataindsamling

Som autoetnograf skal jeg dokumentere og analysere handlinger, men også engagere mig målrettet i dem for at kunne lave feltarbejde (Anderson, 2006, s. 379-380). Jeg er hermed en mere analytisk og selvbevidst deltager i samtalen end det typiske gruppemedlem. For denne undersøgelse vil datagrundlaget være mine egne TikTok videoer og skærbilleder herfra, samt feltnoter over oplevelser og refleksioner over reaktionerne på mine videoer, andre brugeres indhold og interaktioner samt samtaler jeg løbende har haft med min mand, veninde og andre BookTokere. Dette er gjort i perioden fra december 2023 til maj 2024. Disse feltnoter kan tilgås i bilag 3.

At skulle mentalt og fysisk dokumentere sine aktiviteter, kan medføre at ens opmærksomhed til tider bliver afledt fra den kropsligt forankrede oplevelse (Anderson, 2006, s. 380-382). Det kan derfor til tider være en udfordring at skrive feltnoter, når man står midt i en åbenbaring eller emotionel oplevelse, da det forstyrrer oplevelsen. Forskeren bør dog stræbe efter at notere situationen og sine følelser, for senere at kunne vende tilbage til teksten, udfolde den og reflektere over den (Ellis, 2004, s. 118). Årsagen til dette er, at hukommelsen er fejlbar. Det er derfor umuligt at huske eller rapportere om begivenheder på en måde, som nøjagtigt repræsenterer, hvordan de blev oplevet og følt (Cooper & Lilyea, 2022, s. 199). Dette er også årsagen til at tidligere undersøgelser af BookTok ikke opnår denne dybdegående indsigt, når de interviewer andre BookTokere. Man bør samtidig lade senere refleksioner komme til. Hukommelsen arbejder nemlig ikke lineært, men i stedet cirkulerer vores tanker og følelser omkring os, forsvinder til tider for senere at dukke op i en anden sammenhæng. Dette skyldes, som Vygotsky og Engeström forklarede, at vi interagerer med andre og modtager feedback, som udvikler os og vores forståelse, og at der konstant foregår nogle samfundsmæssige udviklinger, som påvirker disse interaktioner. Vores viden udvikles således hele tiden i samspil med de interaktioner, vi har med andre individer. Vores fortolkning af tidligere begivenheder foregår ud fra vores nuværende position, hvorfra vores viden er større, hvilket bringer nye perspektiver til. I takt med at jeg har bearbejdet mine feltnoter, har jeg haft en mere nuanceret forståelse for, hvad det egentlig var, jeg følte og oplevede, samt hvorfor. Det illustrerer også denne læringsproces, som løbende har fundet sted.

Databearbejdning

Til bearbejdning af data kan etnografisk skrivning i form af *thick description* bruges til at indfange oplevelserne i en kontekst. Clifford Geertz (1973) siger, at etnografi er thick description, og etnografen står over for en mangfoldighed af komplekse begrebsstrukturer, hvor mange er viklet ind i hinanden. Disse må først forstås for derefter at kunne gengives (Geertz, 1973, s. 10). Med thick descriptions menes detaljerede beretninger om sociale fænomener, der indkapsler konteksten og betydningen indlejret i dem, hvorigennem det bliver muligt at få indsigt i de kulturelle koder og fælles forståelser, der styrer adfærden. Det overordnede mål er hermed at drage store konklusioner ud fra små tætstrukturerede fakta (Geertz, 1973, s. 28). De indsigter, som jeg når frem til i analysen, er således fundet på baggrund af fakta fra min egen oplevelse, hvorudfra jeg forsøger at fortælle noget mere generelt om BookTok. Kultur er ikke bare et sæt adfærd og handlinger, men et komplekst system af symboler og betydning, som kan beskrives “thickly”. Beskrivelser af en kultur skal derfor tage udgangspunkt i de konstruktioner, vi forestiller os, at kulturens medlemmer lægger i det, som de gennemlever. Som medlem af BookTok er jeg i stand til at beskrive nogle af disse konstruktioner. Beskrivelserne må også være præget af de fortolkninger, som personer underkaster deres erfaringer (Geertz, 1973, s. 15). Beskrivelserne er således min forståelse og oplevelse af situationerne. Selvom man starter enhver bestræbelse på thick descriptions fra en tilstand af generel forvirring over, hvad der foregår, starter man ikke tomhændet. Teoretiske ideer skabes ikke på ny, men er adopteret fra andre relaterede undersøgelser og anvendes på nye fortolkningsproblemer (Geertz, 1973, s. 27). De forskellige forskningsartikler nævnt ifm. litteraturreviewet tages således i brug under analysen og udfoldes yderligere i samspil med den empiri, jeg har indsamlet gennem autoetnografi.

Resultatet af autoetnografi

Den autoetnografiske metode ender ud i et skriftligt produkt, hvori autoetnografen ofte skriver i førsteperson og gør sig til objektet for undersøgelsen. Mit skriftlige produkt kan tilgås i bilag 4. Teksten præsenteres som en historie med en fortæller, karakterisering, handlingsforløb, og der bør være fokus på følelser, dialog men også beskrivelser af steder (Ellis, 2004, s. 30 + 117). Det kan derfor ses som en viderebygning af forskellige thick descriptions, som flettes sammen til en sammenhængende fortælling. Historien indeholder mennesker, en åbenbaring eller krise, der skaber den emotionelle reaktion, som de efterfølgende begivenheder handler om og som søges forklaret (Ellis, 2004, s. 32). I min historie indgår personer fra mit liv, bl.a. min mand, veninde, far, samt

forskellige brugere, åbenbaringer ift. hvordan min BookTok-profil udvikler sig, en krise ifm. ikke at kunne få profilen til at vokse i antal følgere samt en kritisk oplevelse med diskussionen af, hvorvidt BookTok romantiserer mafia. I fortællingen søger jeg at producere æstetiske og stemningsfulde beskrivelser af mine personlige erfaringer, som er muliggjort gennem deltagelse i BookTok og ved at have en kulturel identitet. Dette opnår jeg ved at skelne mellem mønstre af kulturelle erfaringer, opnået gennem datagrundlaget (etnografi), som herefter beskrives ved hjælp af historiefortælling og -visning (autobiografi) (Ellis et al., 2011, s. 277). Det er især dette a-ha-øjeblik, hvori man forstår sig selv bedre og opnår nye indsigter i sit problem, som er vigtigt for at opnå succes. Det handler ikke om at løse et problem, men opnå indsigt i en selv og andre samt at finde en måde at være i verden på, som fungerer for én (Ellis, 2004, s. 296). Jeg havde en a-ha-oplevelse, da en af mine videoer pludseligt gik viralt, og jeg herigennem forstod appellen ved at være en aktiv aktør på mediet, men også oplevede, at der faktisk er et skel mellem BookTok og andre TikTok-brugere ift. forståelsen af indholdet.

Ellis udtaler: *“Autoethnography requires that we observe ourselves observing, that we interrogate what we think and believe, and that we challenge our own assumptions, asking over and over”* (Ellis, 2013, s. 10 iflg. Cooper & Lilyea, 2022, s. 206). Man er forpligtet til at analysere disse oplevelser, da formålet ikke blot er at dokumentere personlige erfaringer, men snarere at give en gengivelse af den sociale verden, som undersøges, og i forlængelse heraf at foretage en bredere generalisering (Anderson, 2006, s. 388). Autoetnografen skal således ikke kun analysere egne erfaringer, men overveje hvordan andre kan opleve lignende åbenbaringer, hvis en bredere generalisering skal være mulig, som Geertz også var inde på ift. at drage store konklusioner ud fra små fakta. Det kan derfor være fordelagtigt at være i dialog med andre informanter, da man ellers risikerer en selvoptagethed ved kun at tage udgangspunkt i sine egne oplevelser (Anderson, 2006, s. 386; Ellis, 2004, s. 318). Derfor vil jeg inddrage andre BookTok-videoer, når det er relevant, private samtaler med mine relationer, samt dialog i kommentarsporet på BookTok-videoer, for at kunne udfolde mine oplevelser.

Refleksion og etik

Som autoetnograf er det vigtigt at benytte en analytisk refleksivitet, hvormed man er og gør opmærksom på sin egen forbindelse til forskningssituationen og sin indvirkning herpå (Anderson, 2006, s. 382). Dette har jeg forsøgt i min autoetnografiske fortælling, ved at være transparent omkring de situationer, hvor forskningssituationen har præget min adfærd på mediet. Ofte

opretholder autoetnografer interpersonelle bånd med deres deltagere, hvilket gør den relationelle etik kompliceret. Det er her vigtigt at agere ansvarligt overfor dem, man skriver om og overveje hvad man ønsker at sige, og om man bør sige det (Ellis, 2004, s. 145 + 174). De relationer der opstår, er ikke tiltænkt at skulle være datakilder, hvormed der opstår etiske spørgsmål ift. venskab. De individer, jeg har inddraget i min fortælling, er informeret herom og har haft muligheden for at læse, hvad jeg har skrevet. Jeg har forsøgt at undlade karakteristika, som ikke var af relevans for emnet, der blev beskrevet, for at beskytte deres privatliv og sikkerhed (Ellis et al., 2011, s. 281-282). Da autoetnografen både agerer medlem og forsker i den sociale verden, der studeres, er denne involveret i konstruktionen af mening og værdier og skal derfor være åben for at diskutere eventuelle ændringer i sine overbevisninger og relationer. Med dette fremstår autoetnografen som et menneske, der kæmper med spørgsmål, som er relevante for medlemskab og deltagelse i flydende sociale verdener (Anderson, 2006, s. 384). Jeg har løbende forsøgt at være transparent omkring, hvor min viden og forståelse for TikTok stoppede, og hvordan jeg har forsøgt at håndtere usikre situationer.

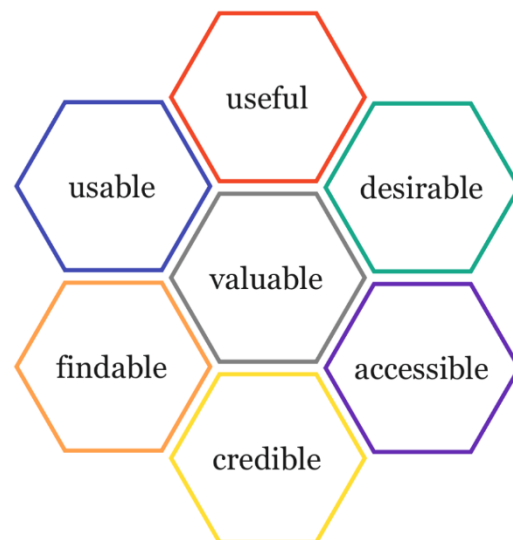
Teori

I analysen af BookTok ud fra aktivitetssystemet vil jeg bl.a. inddrage The User Experience Honeycomb (Morville & Callender, 2010) og The Honeycomb of Social Media (Kietzmann et al., 2011), hvorfor jeg i det følgende vil beskrive de to teorier. Hvor førstnævnte giver nogle termer, som kan medvirke til at vurdere kvaliteten af mediet ift. dets anvendelighed, giver sidstnævnte mulighed for at forstå, hvordan mediet anvendes af dets brugere og i denne forbindelse, hvordan forskellige stakeholdere kan udnytte dette. Da rapportens empiriske grundlag bygger på en autoetnografisk tilgang, er der som beskrevet risiko for en selvoptagethed, da der tages udgangspunkt i mine oplevelser. Ved at inddrage nogle konkrete brugervenlighedsprincipper samt forskellige stakeholdere, kan jeg forholde mig mere objektivt til brugen af TikTok, samt oplevelsen af at være på BookTok.

The User Experience Honeycomb

The User Experience Honeycomb er et værktøj, som forklarer de forskellige dele af brugeroplevelsen, og værktøjet dækker både funktionelle såvel som følelsesmæssige dimensioner (Morville & Calendar, 2010, s. 29). Ved at inddrage disse elementer i analysen formår jeg at opholde en vis objektivitet, da appen ikke udelukkende vurderes ud fra mine holdninger, men holdes op imod nogle anerkendte kriterier. De forskellige dele af brugeroplevelsesdesign er:

- *Useful*: Kan den ønskede handling foretages og give det rigtige udfald. Hjælper det brugeren med at opnå sit mål?
- *Usable*: Er TikTok nemt at bruge med maksimal effektivitet og minimale fejl?
- *Desireable*: Er det tilfredsstillende at bruge TikTok, særligt ift. den visuelle æstetik?
- *Findable*: Er appen let at navigere i, så det er let at finde det, man leder efter?
- *Accessible*: Virker det for alle brugere? Er funktionerne og resultaterne tilgængelige for folk med handicap f.eks.?
- *Credible*: Virker det troværdigt ud fra designet? Formidler rækkefølgen og visningen af resultaterne autoritet ift. om brugeren tror og synes, at det er det mest relevante indhold, de bliver eksponeret for?
- *Valuable*: Er det værdifuldt? Stemmer TikToks formål og brugernes oplevelse overens.



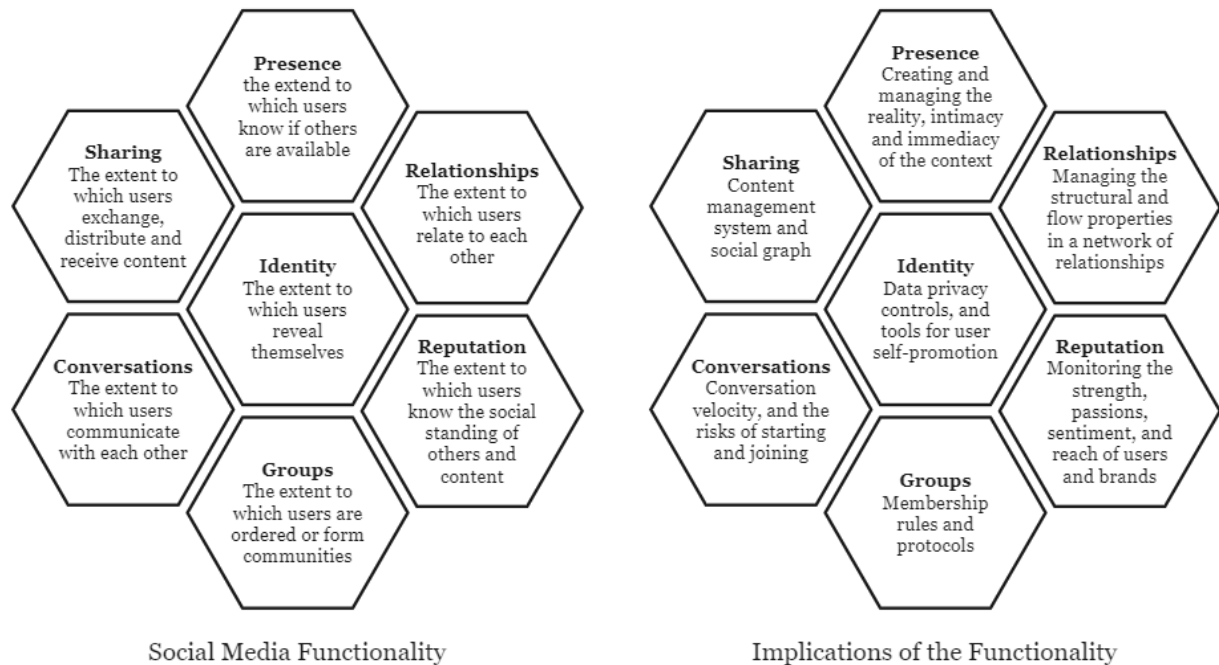
Model 7: The Honeycomb of User Experience, egen illustration (Morville & Calendar, 2010, s. 29)

Jeg vil inddrage de forskellige dele undervejs i analysen, hvor de er relevante.

The Honeycomb of Social Media

Kietzmann, Hermkens, McCarthy og Silvestre (2011) præsenterer The Honeycomb of Social Media, en model som afdækker syv elementer der indgår i sociale medier. Modellen er tiltænkt at hjælpe virksomheder med at forstå sociale medier, deres publikum og behovet for engagement, som resultat af at kommunikationsmagten er flyttet fra mennesker i marketing til at alle individer har mulighed for at skabe indhold og udtale sig (Kietzmann et al., 2011, s. 242). Da modellens formål er at forstå sociale medier, vil jeg argumentere for, at den også er relevant for denne undersøgelse, da den giver

nogle konkrete elementer, som er vigtige at forholde sig til, når man arbejder med medier. De syv elementer er: identity, conversations, sharing, presence, relationships, reputation, and groups (Kietzmann et al., 2011, s. 243). Modellens opstilling fremgår nedenfor.



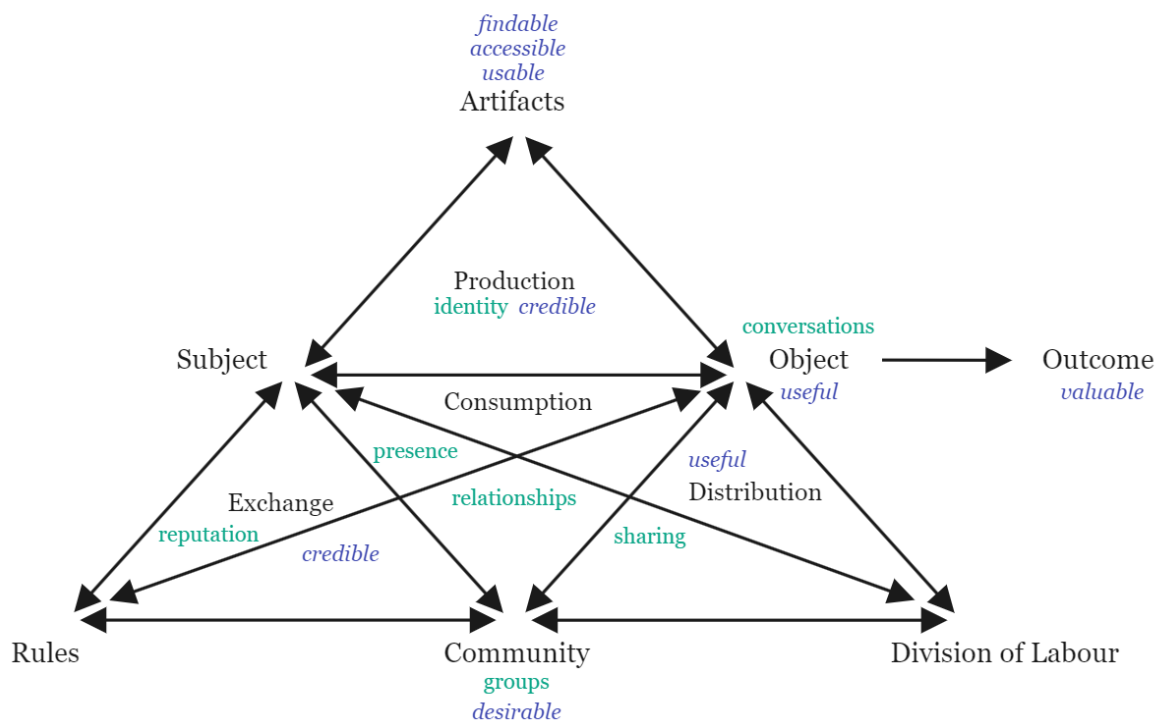
Model 8: The Honeycomb of Social Media, egen illustration (Kietzmann et al., 2011, s. 243)

Modellen fremgår to gange ved siden af hinanden. Den venstre model har fokus på, hvordan de syv elementer anvendes af brugere på det sociale medie og medvirker til brugeroplevelsen. Den højre model har fokus på brugeradfærdens betydning for en virksomhed, der anvender mediet til markedsføring. Som beskrevet tidligere ville det optimale være at opstille og analysere flere aktivitetssystemer, da der eksisterer flere og disse forholder sig til hinanden. Dette er for omfattende en analyse til denne rapports størrelse, hvorfor jeg har valgt at fokusere på ét aktivitetssystem, som tager udgangspunkt i mig som subjekt. Jeg vil dog løbende forsøge at beskrive, hvor og hvorledes flere aktivitetssystemer fremgår. F.eks. kunne forskellige aktivitetssystemer centreres omkring forskellige stakeholdere (*subject*). Med den højre side, hvor der er fokus på brugeradfærdens betydning for en virksomhed, kan jeg forholde mig til, hvordan forskellige stakeholdere bliver eller kan blive påvirket. De forskellige typer af stakeholdere, som fremkommer inden for BookTok er bl.a. almindelige mennesker, der er interesseret i læsning, vil vise og fortælle om deres læseoplevelse, samt vil købe bøger; forfattere, som ønsker at promovere og sælge deres bøger;

boghandlere, som vil have individer ned i butikken for at købe bøger; samt influencere, som vil tjene penge ved at deres indhold bliver set og ved at virksomheder sender dem bøger.

En samlet model

De forskellige elementer fra The Honeycomb of Social Media samt The User Experience Honeycomb kan flettes ind i aktivitetssystemet, som illustreret nedenfor. Hermed skabes en omfattende ramme til at analysere sociale medieaktiviteter, hvor både aktivitetsstrukturen, de sociale interaktioner og brugeroplevelsen tages i betragtning. Elementerne fra Honeycomb of Social Media fremgår med grøn skrift, hvor UX-elementerne fremgår med blå skrift. Placeringerne indikerer ikke, at elementerne kun er at finde der, men viser, hvor de umiddelbart er mest fremtrædende. Ligeledes fylder elementerne ikke lige meget, hvorfor nogle vil udgøre en større analysedel end andre.



Model 9: Kombineret model af Activity System, UX Honeycomb og Honeycomb of Social Media, egen illustration

Subjektet (*subject*) skaber og vedligeholder sin identitet (*identity*) på mediet gennem sin produktion af indhold, og denne identitet skal fremstå troværdig (*credible*) for at opnå tillid blandt andre brugere. Målet med aktiviteten (objektet) er at deltage i BookTok og samtalerne (*conversations*) ved at dele information. Denne information skal opfylde et behov og være nyttig (*useful*) for andre brugere, så de vil interagere med det (*sharing*). Artefakterne (*artifacts*) skal være *usable*, *findable* og *accessible*

for alle brugere for, at de kan interagere med indholdet. Reglerne (*rules*), som påvirker brugernes omdømme (*reputation*), skal medvirke til en troværdig (*credible*) brugeroplevelse. Fællesskabet (*community*) og de grupper (*groups*) der opstår, skal være attraktive og ønskværdige (*desirable*) for at øge platformens tiltrækningskraft. Dette opnås gennem de relationer (*relationships*), som opstår, hvilket afhænger af subjektets tilstedeværelse (*presence*). Fordelingen af opgaver og ansvar (*distribution of labour*) skal støtte op om meningsfulde (*useful*) interaktioner. Endeligt skal resultatet af aktiviteterne (*outcome*) levere værdi (*valuable*) til brugerne. Med denne gennemgang forstås kompleksiteten i aktivitetssystemet.

Analyse

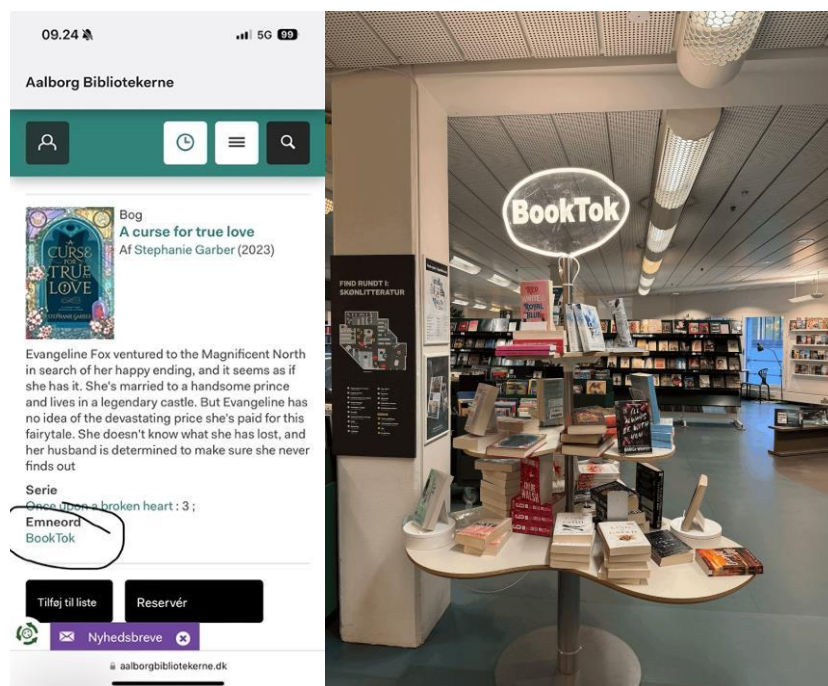
Med ovenstående gennemgang af de to primære teorier vil jeg påbegynde analysen af BookTok. Analysen er opbygget således, at jeg forsøger at gennemgå et element af aktivitetssystemet ad gangen, hvori jeg vil inddrage teoriernes elementer med pointer fra de tidligere forskningsundersøgelser af BookTok samt supplere med mine autoetnografiske observationer.

Outcome

For at forstå hvad hele aktiviteten handler om, ser jeg det relevant at starte med at afdække *outcome*, som er det ønskede mål med aktiviteten (Vahed et al., 2018, s. 4). Årsagen hertil er, at motivationen for udførelsen af aktiviteten er at finde i, hvad det er man ønsker at bidrage til. I denne kontekst er *outcome* BookTok, hvormed man udfører aktiviteten for at bidrage hertil og føle sig som en del af dette større fænomen.

BookTok er en side på TikTok, hvor indholdet laves af og til mennesker, der læser og elsker bøger. BookTok indeholder videoer, hvor brugerne taler om bøger, anbefaler bøger, forfattere og genrer samt laver vittigheder om litteratur til et næsten anonymt publikum, da man ikke ved, hvem der kommer til at se ens video (Jerasa & Boffone, 2021, s. 221). Brugerne deler således ud af deres oplevelser med og holdninger til bøger, hvormed indholdet oftest tager udgangspunkt i en emotionel reaktion til handlingen eller karaktererne (Wiederhold, 2022, s. 157). Det adskiller sig således fra traditionelle anmeldelser, der tager udgangspunkt i nogle litterære kriterier, men har vist sig effektivt, hvilket måske er fordi, videoerne er kortfattede, peer-drevne og fremstår mere autentiske og engagerende (Martens et al., 2022, s. 714).

Denne evne til at øge populariteten af bøger og deres salg kaldes 'BookTok effekten' og viser, hvad et medie, som TikTok kan medføre. Som regel sælger bøger bedst efter udgivelsen, hvorefter interessen forsvinder, som tiden går. Listerne for bedste bøger i 2021 indeholdt dog en del atypiske bestseller, hvor årsagen skyldes BookTok (Wiederhold, 2022, s. 157). BookTok har skubbet forlagsbranchen til at den nu i større grad er styret af såkaldte BookTokere, der gennem deres videoer formår at influere andre til at købe bøger (Jerasa & Boffone, 2021, s. 219). Flere forlagshuse er derfor begyndt aktivt at integrere BookTok i deres marketingskampagner, hvor f.eks. en bogkæde sender kopier til indholdsskabere på TikTok og betaler dem for at samarbejde i kampagner (Currenti, 2023, s. 26 + 33). Den kulturelle adfærd på BookToks har også fået materielle implikationer offline i takt med at medierne, bibliotekerne og boghandlere er begyndt at nævne og henvise til BookTok i deres fysiske fremstilling og markedsføring (Maddox & Gill, 2023, s. 2; Reddan, 2022, s. 7). Aalborg Bibliotek har f.eks. tilføjet BookTok som emneord i deres app og tildelt et bord og neonskilt til BookTok.



Billede 1: Aalborg Biblioteks app og fysiske lokation (bilag 4, s. 18)

Det at diskutere bøger og læsning er en måde at give peer-indflydelse, da det er relateret til opbygningen af sociale forbindelser omkring bøger og læsning, understøtter læseforståelsen samt generere anbefalinger til det at læse (Merga, 2021, s. 2). At være en del af en bogklub giver en status til det at læse og validerer den tid, man bruger på at læse en bog. Det kan samtidig få en til at udforske nye genrer eller bøger, hvormed det udvider ens litterære horisont. Ved at tale om bøger

får man også en dybere forståelse af bøgerne og bliver mere reflekterende i måden, man læser og oplever bøger, samtidig med man kan sammenligne disse oplevelser og fortolkninger med andre og får flere perspektiver (Ross et al., 2006, s. 233). BookTok har givet et støttende miljø, hvor brugerne kan få mere selvtillid i sig selv som læser, lære om sig selv i mødet med andre mennesker, der deler samme interesse og føle, at de bidrager til en større gruppesamtale (Birke, 2021, s. 161). I relation til aktivitetssystemet er det ønskede mål med hele aktiviteten således at tage del i BookTok-samtalerne, grundet ovenstående årsager, og dette gøres gennem produktionen af BookTok-videoer (*object*), som er videoer med fokus på bøger og læsning. Da både skabelsen af indhold relateret til BookTok, men også al interaktion vedr. dette foregår på TikTok, ser jeg det nødvendigt at påbegynde analysen af, hvad TikTok er, og hvordan det fungerer.

Artifact

Jeg vil i det følgende undersøge *artifacts*, som er de værktøjer, der benyttes til at skabe objektet (Vahed et al., 2018, s. 4). I denne kontekst er de primære *artifacts* bøger, som udgør indholdet i mange af disse videoer samt appen TikTok, hvori BookTok-videoerne skabes.

Jensen (1998) definerer interaktivitet som: “*a measure of a media’s potential ability to let the user exert an influence on the content and/or form of the mediated communication*” (Jensen, 1998, s. 201). Interaktivitet handler således om, hvordan og i hvilken grad et medie lader brugeren have indflydelse på indholdet og formen. I analysen af *artifacts* vil jeg beskrive TikToks funktionsmuligheder ved at skitsere dets interface og opbygning med inspiration fra Garretts (2010) wireframes. Wireframe er en afbildning af alle komponenterne på en side, og hvordan de passer sammen, der visualiserer kompleksiteten af systemet (Garrett, 2010, s. 128-129).

Nedenfor er TikToks wireframes og forbindelserne herimellem skitseret, for at give en indikation af de mange forskellige muligheder brugeren kan benytte. I det følgende vil jeg gå yderligere i dybden med de enkelte wireframes.



Billede 2: TikToks wireframes, egen illustration (se bilag 5)

Wireframe & affordance

Til at uddybe, hvordan TikTok muliggør brugerhandlinger og kan opfylde brugervenlighedskriterierne, vil jeg inddrage Davis' og Chouinards (2017) seks typer af affordances. Davis & Chouinard ser affordances, som noget der kan udvikle sig med brugernes erfaringer, og som ændrer sig afhængigt af konteksten. Dette stemmer overens med undersøgelsens fokus på min læringsproces, hvori jeg løbende udvikler min forståelse og brug af mediet ifm. mine sociale praksisser herpå. Affordances handler om, hvordan mediet ud fra sit design tilbyder nogle anvendelsesmuligheder og gør det klar for brugerne, hvordan det kan eller bør bruges. Davis og Chouinard skelner mellem seks typer af interaktioner, som et artefakt tillader:

- *Request*: Artefaktet kan anmode om en bestemt handling fra subjektet, hvormed det inviterer subjektet til at benytte objektet på en bestemt måde.
- *Demand*: Artefaktet kan kræve en handling, hvormed en bestemt mulighed eller handling er uundgåelig eller nødvendig.
- *Encourage*: Artefaktet kan opmuntre subjektet til at følge en bestemt handlingslinje eller beslutning ved at fremme disse handlingsmuligheder og undertrykke andre.
- *Discourage*: Artefaktet kan fraråde en handling ved at skabe barrierer eller skubbe subjektet væk fra en bestemt handlingslinje eller beslutning.
- *Refuse*: Artefaktet kan nægte visse handlemuligheder eller handlinger ved at gøre dem utilgængelige for brugerne
- *Allow*: Når et artefakt tillader handling, giver det subjektet mulighed for at udføre visse handlinger eller følge bestemte handlingslinjer (Davis & Chouinard, 2017, s. 243-244).

Request og *demand* forholder sig til teknologiens effektivitet, og hvordan subjektet skubbes til at gøre noget, hvorimod *encourage*, *discourage* og *refuse* henviser til, hvordan artefaktet reagerer på

subjektets ønskede handling (Davis & Chouinard, 2017, s. 243). Disse affordances inddrages for at forklare, hvilke handlinger, de forskellige funktioner tilbyder, hvortil de førnævnte brugervenlighedskriterier kan vurdere effekten af dem.

TikToks wireframe og affordances

Jeg vil her inddrage billeder fra min egen TikTok profil, da jeg endnu ikke har givet yderligere beskrivelser af BookTok, hvormed visualiseringen gennem wireframes forhåbentlig kan øge denne forståelse. Samtidig gør jeg dette af hensyn til andre brugere på appen, hvor jeg ikke ønsker at de bliver udstillet. Hvis der bruges billeder, hvor andre brugeres ansigt eller navn indgår, vil disse blive erstattet af en grå boks. Jeg har to TikTok profiler, da jeg forinden oprettelsen af min BookTok-profil brugte mediet, og derfor havde en anden profil. I forbindelse med min interesse for BookTok begyndte at stige, valgte jeg at lave en ny profil dedikeret til dette. Jeg har derfor mulighed for at vise billeder fra perspektivet, som skaberen af indhold, og modtageren af indhold.

TikTok stammer fra den kinesiske virksomhed ByteDance, som i september 2016 lancerede Douyin. Året efter udkom TikTok, den internationale version, efter virksomheden blev fusioneret med Musical.ly (Currenti, 2023, s. 27; Reddan, 2022, s. 8). Oprindeligt blev indholdet udgjort af videoer på maksimalt 15 sekunder, men er sidenhen udvidet således at man kan optage videoer på op til 10 minutter, dele billeder i en karrusel, lave en 'historie', som er tilgængelig i 24 timer, samt gå 'Live' i op til en time. Disse nye funktionsmuligheder er en indikation på, at mediet har fundet inspiration fra andre medier og viser tidspunkter, hvor disse *contradictions* fra artefaktet er opstået (Engeström, 2018, s. 48-50). Når TikTok implementerer nye produktionsmuligheder, medfører det også en ændring i praksissen med at bruge mediet i takt med at nogle brugere begynder at anvende dem. Det var f.eks. Snapchat, som introducerede 'historier', hvor et billede eller en video er tilgængeligt i 24 timer, og Instagram som muliggjorde opslag med flere billeder eller videoer, kendt som karrusel-opslag, og YouTube introducerede 'Live' muligheden som det første sociale medie. Hvor TikTok primært bestod af korte videoer, er det nu muligt at eksperimentere med forskellige formater og grader af formidling, der førhen var meget kortfattet. Omvendt har andre medier også ladet sig inspirere af TikTok, da både Instagram og YouTube har implementeret 'Reels' som i sit format ligner TikTok videoer (Nicoll, 2023, s. 39).

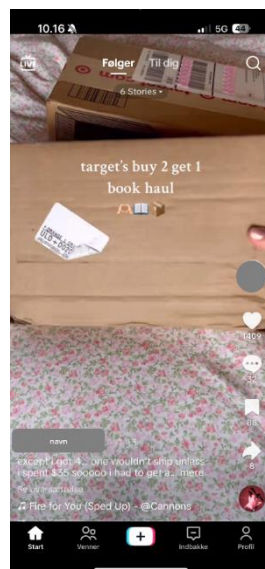
Indholdet er brugerskabt og kan derfor indeholde alt, men typisk benyttes en kombination af lyd, video eller billeder, en effekt, samt tekst og en beskrivelse med hashtags (Merga, 2021, s. 2). Disse

elementer fungerer som et tagging-system, der samler indholdet og gør det muligt at finde igen via søgeværktøjet samt fordrer engagement (Depexe & Freitas, 2023, s. 273).

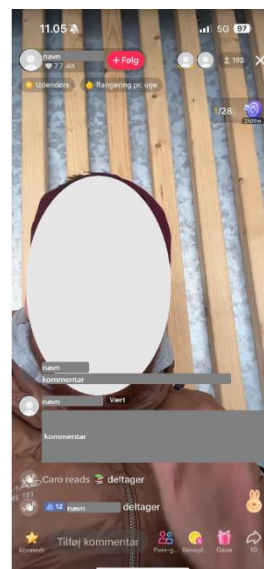
Den første side brugeren præsenteres for, når denne åbner TikTok er startside, herunder 'Til dig'-siden (billede 3), hvilket er symboliseret med hus-ikonet i menuen i bunden. I toppen af skærmen er det muligt at skifte til kategorien "Følger", hvormed brugeren eksponeres for indhold lavet af de brugere, som denne følger (billede 4), tilgå live-videoer (ikon i venstre hjørne), hvor man kan se personer, der livestreamer (billede 5), eller søgefeltet, som er symboliseret med loop-ikonet, hvormed det er muligt at finde andre brugere, lydfiler eller hashtags (billede 6) (Martens et al., 2022, s. 709).



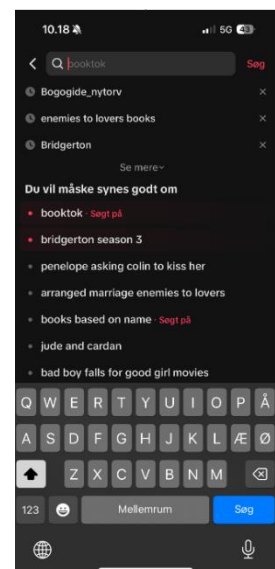
Billede 3: Til dig



Billede 4: Følger



Billede 5: Live



Billede 6: Søgefelt

På TikTok er den generelle adfærd, at brugeren swiper nedefra og op på skærmen for at komme til det næste indhold. På startside bliver brugeren mødt af indhold, som appen anbefaler én baseret på algoritmen. Det, som gør TikTok unik fra andre sociale medier, er dens algoritme, som fokuserer på at personliggøre brugernes indholdsanbefalinger så meget som muligt. TikToks algoritme beregner brugerens seertid, likes og kommentarer, hvorudfra den scorer hver video baseret herpå og konverterer resultatet til maskinlærte data, som herefter bruges til at anbefale videoer til brugeren (Martens et al., 2022, s. 710). Den ser samtidig på, hvilke profiler man følger, den type indhold man deler, samt andet information man interagerer med, herunder lyde og hashtags. Dette gøres mhp. at skabe en så personliggjort brugeroplevelse som muligt (Currenti, 2023, s. 27). I starten kan brugeren opleve meget forskelligt indhold, men jo mere brugeren interagerer, jo mere bliver indholdet

tilpasset hertil. Oplevelsen af hvorvidt TikTok er *credible* kan derfor variere fra bruger til bruger eftersom personaliseringen afhænger af dennes eget brug og interaktionsniveau.

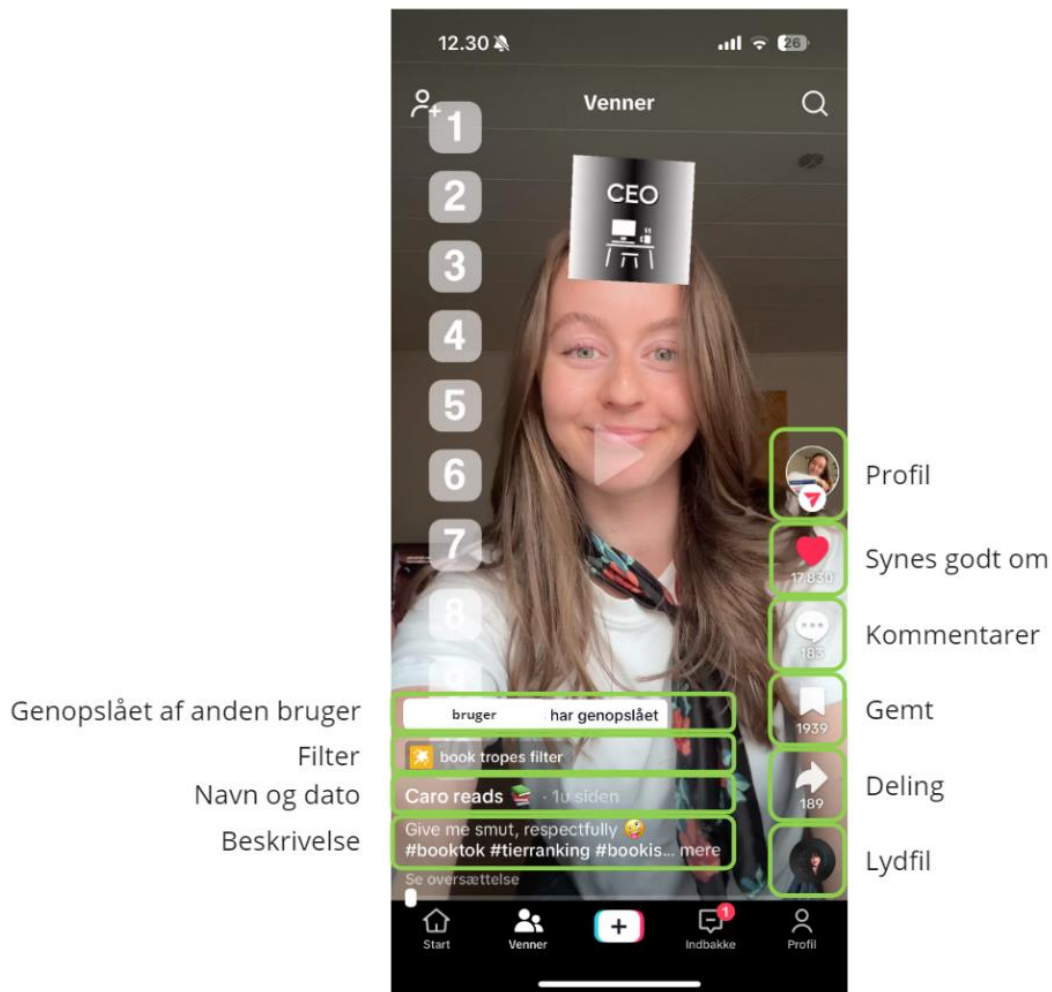
Selve indholdet optager det meste af pladsen på skærmen og er tydeligt i fokus. Jo mere plads en video tager samt jo bedre dens kvalitet er, jo større er chancen for at fange modtagerens opmærksomhed (Currenti, 2023, s. 29). For at få nogens opmærksomhed skal indholdet være uforudsigeligt, da det er, når hjernen ikke er i stand til at forudse noget, at den bliver mest opmærksom. Grundet TikToks opbygning, hvor brugeren swiper gennem indhold formår den at skabe en uendelig tråd af uforudsigelighed, da brugeren aldrig kan være sikker på, hvordan den næste video udspiller sig. Dette kan forklare, hvorfor brugere nemt kan bruge lang tid på appen (Currenti, 2023, s. 29-30). Samtidig skal indholdet give informationer som modtageren finder nyttige eller som opfylder et behov, for at de vil se og interagere med det.

I bunden af siden er der en menu med fem muligheder: start (ikon af et hus), venner (ikon af to personer), lav et opslag (plusset), indbakke (ikon af en besked) samt ens egen profil (ikon af en person). Den side, brugeren er på, er fyldt ud, som det hvide hus nedenfor indikerer. Hvis der er nogle nye notifikationer eller opslag fra f.eks. ens venner, er det indikeret med den røde cirkel, hvori antal notifikationer indgår.



Billede 7: TikTok menu

Med sit ensformige format ift. visningen af indhold og at der i bunden er en fast menu, er appen forholdsvis let at navigere rundt i (*findable*). Hver gang appen åbnes eller man opdaterer siden, forsvinder alt tidligere set indhold. Den medfører, at det kan være utrolig svært at finde indhold, man tidligere har set, hvis ikke man har gemt videoen, følger brugeren eller kan huske nogle indholdskriterier, som man kan søge på, og i dette tilfælde ikke er *findable*. I billedet nedenfor fremgår de forskellige informationer og interaktionsmuligheder, som en modtager af indholdet har.



Billede 8: Indhold og interaktionsmuligheder

Dette billede tager udgangspunkt i siden ‘Venner’. Venner klassificeres på TikTok, som personer man følger og som følger én tilbage. Jeg bemærkede, at jeg på BookTok anvendte denne side meget mere, end jeg førhen havde gjort på min private profil.

“Derudover ville jeg dagligt tjekke videoer under Venner-siden, for at støtte op om de ‘venner’ jeg havde, hermed de brugere som jeg fulgte, og som fulgte mig. Da man valgt at følge hinanden, ville jeg også gerne udvise min støtte til dem, ved at se og interagere med deres videoer” (bilag 4, s. 13-14).

Årsagen hertil skyldes, som ovenstående eksempel indikerer, at jeg havde større interesse i at interagere med de ‘venner’, jeg havde. Denne interesse havde jeg ikke førhen på min private TikTok, da jeg primært så indhold for underholdningens skyld.

I højre side har brugeren mulighed for at interagere med indholdet ved hhv. at tilgå brugerens profil eller følge denne, at synes godt om, kommentere, gemme videoen og dele videoen. Tallene nedenunder indikerer, hvor mange af hver interaktionsmulighed, der har fundet sted. Det er bl.a. ud fra disse interaktionsmuligheder algoritmen tilpasser indholdet til brugeren og jo mere brugerne interagerer med TikTok, jo mere indsnævret bliver algoritmen (Boffone & Jerasa, 2021, s. 11; Jerasa & Boffone, 2021, s. 223). Det er således også derfor funktionsmulighederne er placeret fast på skærmen for at opfordre (*encourage*) brugerne til at anvende dem ved også at gøre det lettilgængeligt (*usable*). Dette skyldes, at måden man opnår succes på TikTok er ved at få brugerne til at interagere med ens video længe nok til at den bliver distribueret ud til et endnu større publikum (Martens et al., 2022, s. 710). Brugere kan derfor også selv påvirke algoritmen til at give dem en specifik brugsoplevelse (Low et al., 2023, s. 4). Da jeg vidste dette, valgte jeg aktivt at forsøge og påvirke algoritmen:

“Jeg søgte på BookTok, og så en masse videoer, for at igangsætte algoritmen med at personalisere indholdet, da indholdet er meget blandet indtil, algoritmen finder ud af, hvad man kan lide. (...) Den 5. januar testede jeg, hvor mange af videoerne på min ”Til dig”-side, som var BookTok-relateret, og ud af 28 videoer var 17 BookTok-relateret, 5 var reklamer og de sidste 6 var ikke BookTok-relateret” (bilag 4, s. 9).

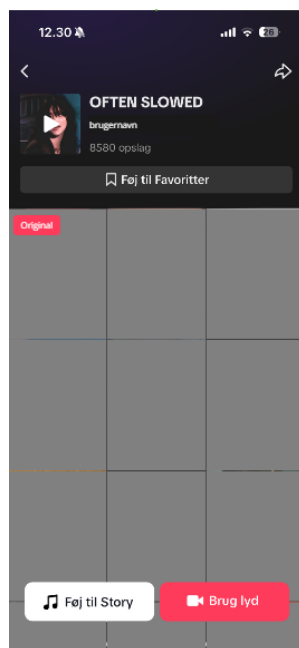
En måned efter oprettelsen af min profil var størstedelen af mit anbefalede indhold BookTok-relateret. I bunden kan brugeren se, hvem det er som har lavet videoen, og dennes beskrivelse hertil, samt hvilket filter der evt. er blevet brugt, samt hvis videoen er blevet genopslået af en anden bruger. Genopslå-funktionen vender jeg tilbage til. Klikker brugeren på taleboblen, popper kommentarsporet op, som illustreret nedenfor, hvorved det også er muligt at se andres kommentarer eller tilføje sin egen.



Billede 9: Kommentarspor

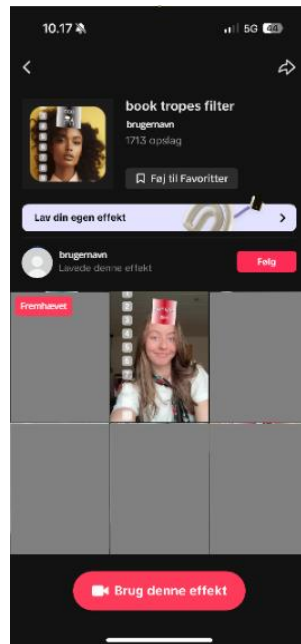
Her er der en begrænsning på 150 tegn, hvormed appen fraråder (*discourages*) at lave lange kommentarer, men det er stadig muligt at tilføje flere kommentarer, hvis man ikke kunne skrive det inden for begrænsningen. Afsender kan også vælge at fjerne kommentarsporet fra sin video, så modtagerne bliver nægtet (*refuse*) muligheden for at kommentere. TikTok opfordrer (*encourages*) brugere til at interagere med andres kommentarer ved at have placeret en 'synes godt om'-funktion (hjertet) og 'synes ikke godt om'-funktion (hånd med tommelfinger nedad).

Fra billede 8 kan brugere klikke på lyd-ikonet, der efterligner en vinylplade som afspiller, og bliver ført til en side, hvor den originale lydfil fremgår, og hvor alle videoer, som har benyttet lydfilen fremgår (billede 10).



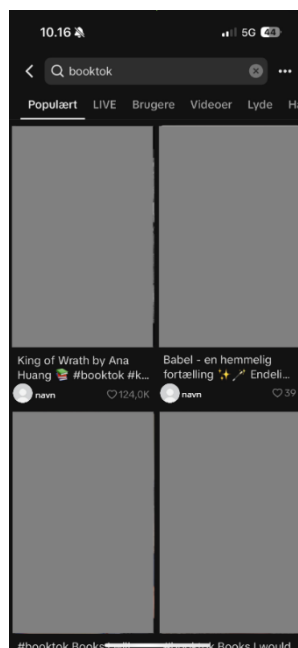
Billede 10: Lydfil

Herved er lydfilen med til at klassificere videoer og forbinde dem til brugere (Martens et al., 2022, s. 709). På denne side opfordrer den røde knap, hvor der står 'Brug lyd', brugeren til at skabe en video med lyden eller 'Føj til Favoritter', hvormed den gemmes og bliver lettere at finde, hvis man senere vil bruge den i en video. Lydfilerne bliver herved en ressource til at engagere sig i populariseringen af memes, hvormed modtagerne med det samme forstår, hvad videoen handler om (Guehring, 2023, s. 110). Memes er et fænomen, hvor et billede, videoklip el.lign. kopieres og deles på internettet, men får nye former og betydninger, som kan være anderledes fra original (DDO). Når flere brugere laver videoer med den samme lydfil, viser det den sociale udveksling, der foregår i fællesskabet (Engeström, 2014, s. 114), da forskellige brugere kommer med deres bidrag og derigennem styrker distributionen af det givne meme. Lydfilerne kan findes i TikToks bibliotek eller tilføjes, redigeres og mimes af brugerne selv (Depexe & Freitas, 2023, s. 273). Lydfiler kan f.eks. være en sang, som udgør baggrundsstøj eller lyden til en dans, som brugere forsøger at efterligne eller et kendt citat fra f.eks. en film, som brugerne mimer eller reagerer til (Merga, 2021, s. 3). På samme måde kommer brugeren til en side, hvor alle videoer, som har benyttet effekten, hvis denne trykker herpå, som vist nedenfor.



Billede 11: Effekt

Her er det også muligt at 'Føj til Favoritter' eller begynde optagelsen af en video med effekten. Denne simple måde at finde materiale på kan være med til at forklare, hvorfor nogle TikTok videoer hurtigt går viralt (Martens et al., 2022, s. 709). Det er nemt at finde den lyd og den effekt, en bruger har anvendt (*findable*), hvis man ønsker at se lignende videoer eller gemme og selv anvende dem. Det samme gør sig gældende, hvis brugeren klikker på et hashtag fra beskrivelsen, hvormed denne kommer til en søgeside, hvor teksten fra hashtagget fremstår (billede 12).



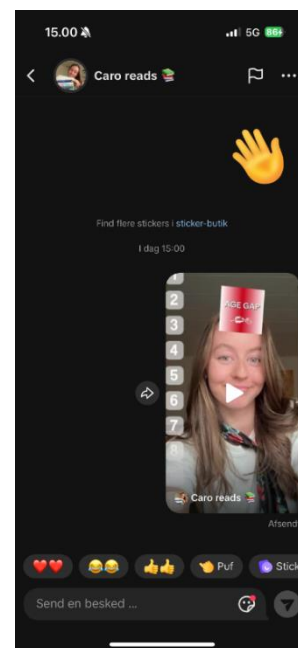
Billede 12: Hashtag-søgning

Her er det muligt at filtrere det viste indhold ud fra nogle forskellige kriterier, som vist i toppen; Populært, Live, Brugere osv. På denne måde kan hashtags også anses som en måde at skabe et socialt tag (Merga, 2021, s. 3), der forbinde brugeres indhold med andres og skaber en strøm af lignende videoer. Inden for BookTok, er der også opstået en masse hashtags, som er med til at skabe disse grupperinger af indhold bl.a. #BookTok, #DanishBookTok. Samtlige bogtitler og forfatternavne udgør også et hashtag, f.eks. #thesongofachilles (Martens et al., 2022, s. 710). Det er altid muligt fra disse sider at vende tilbage til den oprindelige video ved at klikke på pilen oppe i venstre hjørne. TikTok fremstår derfor forholdsvis let at navigere i, da designet og formatet er ens, og navigationen tilbage er den samme.

Et særligt kendetegn ved TikTok er, at den opfordrer til og hylder gentagelse og efterligning, som billede 9, 10 og 11 er bevis på (Merga, 2021, s. 2-3). Dette gøres ved at lydfiler og filtre gøres tilgængelige for andre brugere, og via de røde knapper opfordrer (*encourages*) brugeren til at anvende dem. Brugerne har nogle delingsmuligheder, som de kan bruge til at sprede indholdet (Kietzmann et al., 2011, s. 245). Fra billede 8 kan brugeren klikke på dele-ikonet, hvormed der kommer nogle forskellige muligheder frem (billede 13), heriblandt at man kan sende videoen til andre brugere i TikTok-appen, hvorved de fremgår som en privatsamtale med denne bruger (billede 14). Det er også muligt at dele videoen via andre apps bl.a. Snapchat, Instagram, Messenger, SMS, Facebook og E-mail, hvormed de hos modtageren fremgår som et link, der åbner videoen i TikTok på modtagerens enhed eller på en internetbrowser.

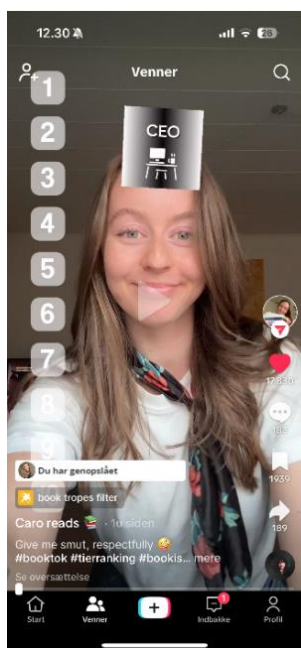


Billede 13: Del

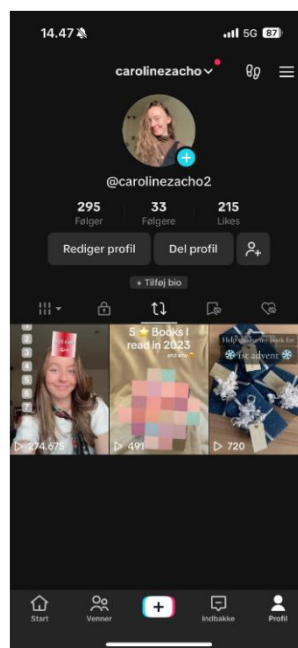


Billede 14: Besked

Det er herigennem muligt at starte samtaler (*conversations*) om det givne indhold samt bringe samtalen ud af TikTok gennem deling (*sharing*) (Kietzmann et al., 2011, s. 244-245). At dele indhold på TikTok påvirker også algoritmen ift. at der er større sandsynlighed for, at appen sender indholdet ud til en bredere gruppe modtagere. Deling foregår i forbindelse med aktivitetssystemets *distribution*, hvor fællesskabets medlemmer (brugerne) i mere eller mindre grad (*division of labour*) interagerer med objektet (TikTok-videoen). Dette gøres dog kun såfremt videoen opfylder et behov (*useful*), som de ønsker at dele med andre. Det er også muligt at dele en TikTok video ved at 'slå op igen', hvilket kan gøres via knappen på billede 133. Såfremt videoen har afspillet flere gange, anmoder (*request*) TikTok om, at man slår videoen op igen. At genopslå en video er en måde at dele andres videoer fra ens egen profil, og giver derfor mulighed for at dele indhold med ens følgere, men hvor krediteringen, herunder visninger og interaktioner, stadig går til den, der har skabt videoen. Der fremgår her en hvid boks på originalvideoen, som fortæller modtagerne, at man har genopslået den (billede 15). Såfremt andre brugere interagerer med videoen, er det originalvideoen og skaberen af videoen, de interagerer med. På ens profil er det muligt at se, hvilke videoer, som man har genopslået. Her fremgår samme ikon, som symboliserer, at indholdet herunder er noget, som man har slået op igen (billede 16). Hvis andre brugere tilgår ens profil, har de altså mulighed for at se, hvilke videoer man har genopslået. Det kan derfor give andre brugere et indtryk af, hvad man har kunne lide og siger derfor noget om ens identitet (*identity*).

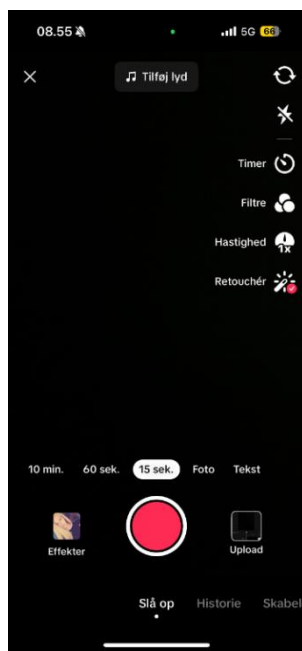


Billede 15: Genopslået

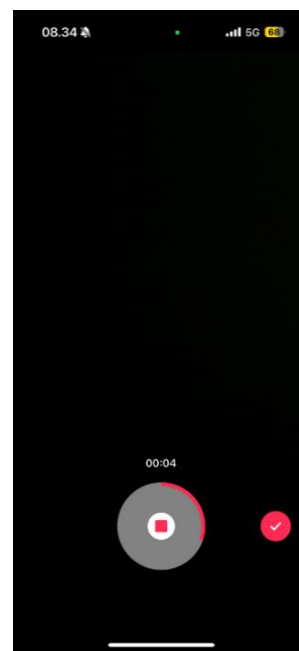


Billede 16: Genopslået, profilvisning

Fra midten af menuen kan brugeren påbegynde skabelsen af indhold ved at klikke på plus-ikonet, hvormed billede 17 fremgår. Som standard foreslår appen at man tager et foto. Dette virker modstridende til appens oprindelige formål, som var at optage og dele video-indhold. Det er muligt at skifte mellem de forskellige optagelsesmuligheder, hvor tallene 15 sek., 60 sek. og 10 min. indikerer den maksimale længde, de givne videoer kan være. I højre side af billede 18 er der nogle forskellige muligheder, f.eks. at skifte fra bagside- til forside-kamera, eller sætte en timer på 3 eller 10 sekunder, hvis man ikke vil optage, at man igangsætter optagelsen. TikTok nægter (*refuse*) hermed videoer, som er længere end 10 minutter. Den runde røde knap indikerer, at man begynder optagelsen, hvilket har sit design fra det oprindelige kamera, hvor en rød cirkel blinker, når man optager en video. Klikker brugeren herpå, forsvinder de forskellige elementer fra skærmen, så der er fokus på det, som brugeren filmer (billede 18). Optagelsen kan pauses og igangsættes så mange gange brugeren ønsker, og når denne er færdig, klikker brugeren på den røde ikon med et flueben.

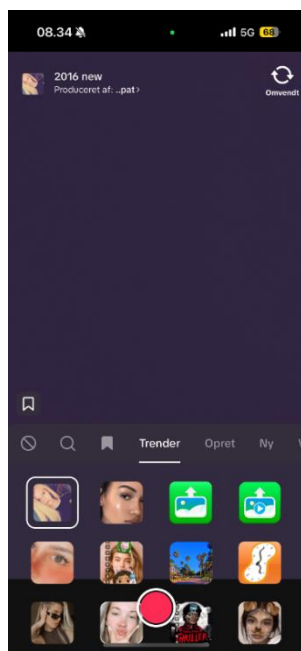


Billede 17: Lav indhold

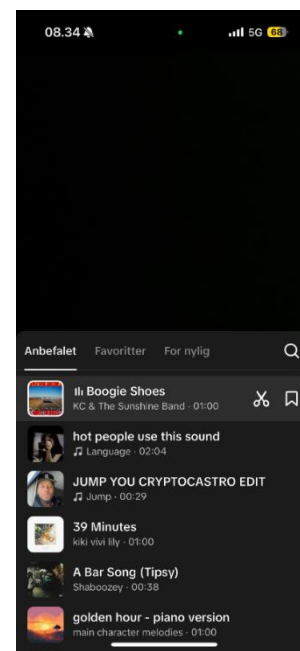


Billede 18: Optag

Tidsindikationerne fra billede 16 virker som skabeloner, brugeren kan anvende, for at sikre at ens video holder en bestemt længde, men det kan samtidig være frustrerende, hvis man når grænsen før man er færdig med at optage det man ville. TikTok muliggør ikke (*refuse*), at man kan forlænge dem, og i så fald skal man optage en ny video, hvor man har valgt en af de længere muligheder, og ens arbejde er spildt. Dette oplevede jeg nogle gange, hvor jeg valgte at filme en 60 sekunders video, hvor jeg talte om de bøger jeg havde læst, men her løb tør for tid og derfor måtte starte forfra med at filme, hvor jeg i stedet brugte funktionen med 10 min. I dette tilfælde er appen ikke særlig brugbar (*useful*), da en ønsket handling om at forlænge videoen ikke er muligt. Det er muligt at uploade nogle billeder eller videoer fra ens kamerarulle, hvilket ses i den firkantede boks til højre for optageknappen. Til venstre for knappen er det også muligt at finde og tilføje en effekt, som f.eks. kunne være den tidligere viste rangering af bog-temaer eller andre man tidligere har 'Føjet til Favoritter' (billede 19). I toppen af billede 17 er det også muligt at tilføje en lyd, hvormed billede 19 fremgår.



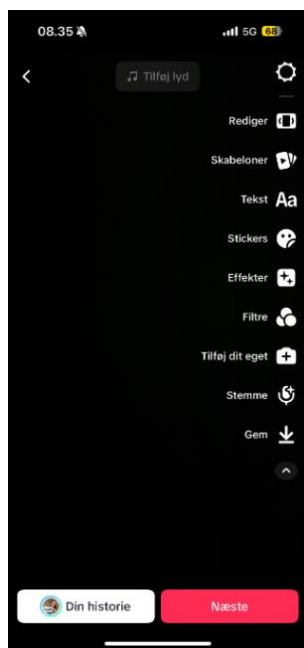
Billede 19: Vælg effekt



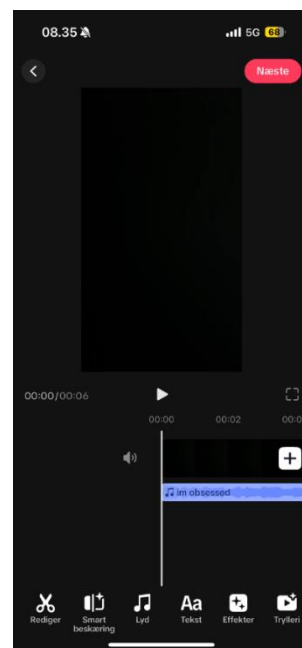
Billede 20: Vælg lyd

Da formatet på TikTok ofte drejer sig om en bestemt lyd, er det en fordel at kunne afspille lyden, mens man filmer. Hvis man ikke ønsker dette, er det også muligt at tilføje senere. Hvis man tager et foto eller optager en video uden lyd, vil appen automatisk finde en lydfil, den tror passer hertil (*request*), hvilket illustrerer, hvor vigtigt et element lyd anses for at være i appen. Har man gemt en lydfil fra tidligere fremgår disse under feltet “Favoritter”, hvilket er ukonsistent med TikToks normale visualisering af gemt indhold, som er bogmærket. Det kan medføre at ens gemte lydfiler ikke er lige så *findable*, da man leder efter et ikon, man ikke kan finde.

Når man har færdiggjort optagelsen, afspilles denne for brugeren, hvilket ses på billede 21. Der fremgår her mange forskellige redigeringsmuligheder, som ses i højre side, som TikTok tillader (*allows*). At TikTok beskriver, hvad indstillingerne gør, gør appen lettere at anvende (*useful*). Den letteste måde at redigere ens video på er, at gå op under ‘Rediger’, da man ikke har mulighed for at pause videoen ellers. Herfra føres man til siden vist på billede 22, hvor man får mange muligheder bl.a. at man kan lave beskæringer i videoen, hvis man ønsker noget udeladt, tilføje lyd eller tekst eller indsætte billeder fra ens kamerarulle.

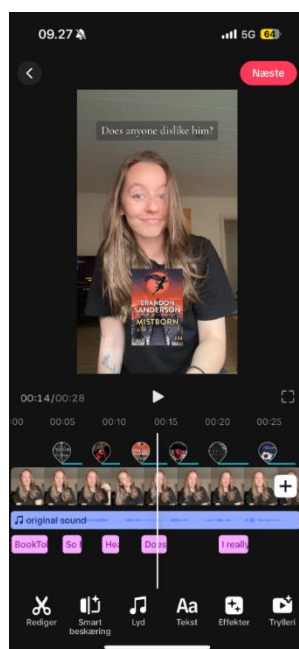


Billede 21: Optaget video



Billede 22: Rediger video

Billede 23 giver et indblik i, hvordan det ser ud, når jeg har redigeret en video, der både benytter en lydfil, har indsat nogle tekster, der giver lidt forklaring bag mine valg af bøger, samt indsatte billeder fra min kamerarulle, hvilket den turkis linje over videofilmen indikerer.



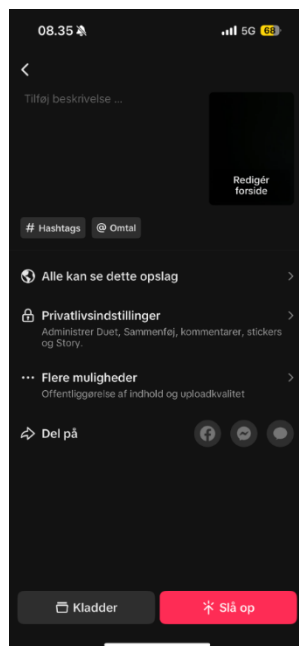
Billede 23: Eksempel på redigering af video

Redigeringsprocessen kan tage lang tid alt efter hvor perfektionistisk man er, og hvad videoen indebærer, da nogle også kræver mere redigering end andre. Selvom TikTok er blevet kendt for sit

hurtigt producerede indhold, er det nemt at blive optaget af detaljerne på ens video, hvis man også tillægger noget stolthed i ens indhold, hvormed man gerne vil have det til at se ordentligt ud. Jeg så flere videoer på BookTok, hvor brugerne viste bøger, men hvor de var spejlvendt. Samme udfordring stødte jeg på, da jeg begyndte at filme videoer, hvor jeg sad foran kameraet og viste bøger:

“TikTok spejlvender nemlig ens videoer, hvilket betyder at bøgerne vises spejlvendt, og det bliver svært at læse, hvilken bog man viser. Selvom jeg undersøgte alle redigeringsmuligheder i appen, kunne jeg ikke finde en funktion, som virkede. Jeg begyndte derfor at optage dem i appen, hvorefter jeg gemte dem på min mobils kamerarulle og her kunne spejlvende dem, hvorefter jeg gik tilbage til TikTok og i redigeringsmuligheder uploadede den nye video og slettede den gamle” (bilag 5, s. 15)

Dette er frustrerende, da det kan påvirke modtagernes oplevelse af ens video, samt min egen tilfredsstillelse ved at bruge appen (*desireable*). Da det meste indhold på BookTok handler om at vise bøger, som modtagerne gerne skulle kunne læse, er det ikke optimalt. Dette indikerer et væsentligt område, hvor appen ikke er *useful*, da det ikke er muligt at løse problemet med appens redigeringsmuligheder, samt *usable*, da det gør det ekstra tidskrævende at optage en video. Når man er tilfreds, kan man via den røde knap i toppen, hvor der står “Næste” gå til den sidste del af produktionen, som vist på billede 24. Her kan man give sin video en beskrivelse og tilføje hashtags. Når man klikker på "Hashtag", foreslår den de hashtags, man sidst har benyttet, og når man begynder at skrive et hashtag, kommer den med forslag, hvori den også beskriver, hvor mange opslag der eksisterer med det givne hashtag. Det hjælper brugeren med at finde forskellige muligheder (*findable*).



Billede 24: Færdig video

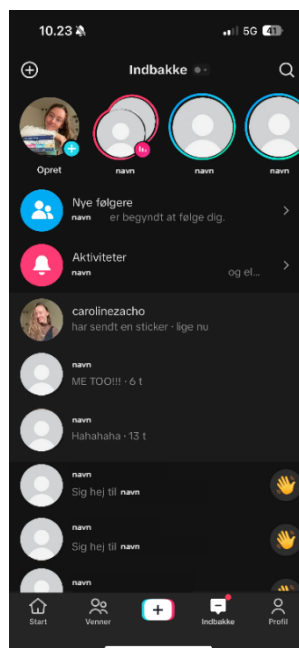
På samme side kan man vælge, hvem der kan se ens video, og hvorvidt brugere må kommentere på videoen. Herfra kan man dele videoen ved at klikke på den røde 'Slå op'-knap eller tilføje den til ens Kladder, så man senere kan dele den. Jeg lærte på den hårde måde, at disse videoer ikke er gemt i appen:

“Jeg oplevede at TikTok opførte sig mærkeligt, og flere af videoerne på brugernes profiler fremstod sorte i oversigtsbilledet. Jeg søgte mig frem til, at jeg skulle prøve at afinstallere appen og downloade den igen. Jeg fik den sædvanlige besked fra iPhone om at alt data blev slettet og valgte selvfølgelig at slette appen alligevel uvidende om, hvad det betød. Jeg fandt så ud af, at den i processen slettede alt indholdet i min Kladder, da det åbenbart ikke er gemt i appen. Det betød, at meget af mit arbejde med forskellige typer videoer, der var igangsat og måske endda færdiggjorte, var væk. 'Nå, jamen det er der jo så ikke så meget at gøre ved' var min tanke, efter jeg i fem minutter havde været irriteret over appen” (bilag 4, s. 14).

Når en video publiceres, går den igennem nogle faser. Først bliver videoen vist til et mindre publikum af brugere, som appen identificerer, er mest kompatibel med indholdet. Hvis denne gruppe reagerer positivt på videoen i form af interaktioner, bliver den sendt ud til et større publikum osv. Derfor kan ens “Til dig”-side både indeholde videoer, som er blevet meget populære, samt videoer med få interaktioner, fordi de endnu ikke har været i cirkulation i lang tid (Currenti, 2023, s. 27).

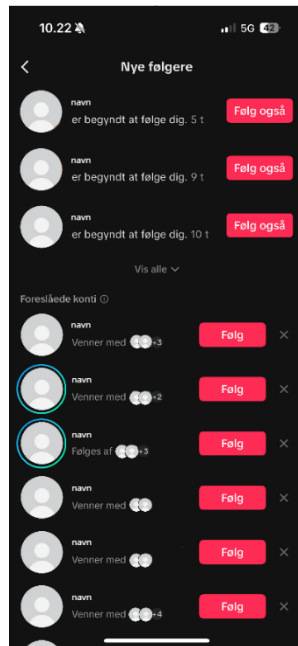
TikTok er hermed let at bruge til at generere og dele indhold, da appen både giver mulighed for at optage og redigere videoer på samme platform (Guinez-Cabrera & Mansilla-Obando, 2022, s. 117). Dette gør appen *usable* ift. at alle brugere let kan blive skabere af indhold, hvis de har interessen for det, da det kun kræver appen og ikke andre redigeringsværktøjer eller apps, samt at man kan gøre så lidt eller meget ud af sine videoer, som muligt.

På siden 'Indbakke' har brugeren mulighed for at se al interaktion fra andre brugere (billede 25). Øverst fremgår nogle brugere med enten en rød eller blå ring. Dette indikerer brugere, som man følger, der enten er Live (rød ring) eller har delt en Historie (blå ring). Fra denne side er det muligt at tilgå privatbeskeder med brugere (billede 14), hvorigennem man kan udfolde og dyrke enkelte *relationships* (Kietzmann, 2011, s. 246). Hver gang man får en ny 'ven' (begge brugere følger hinanden) kommer denne frem som en mulig bruger at sende en privatbesked til og i siden fremgår en emoji af en hånd, hvormed appen opfordrer (*encourages*) til samtaler. Klikker man herpå, bliver der sendt en vinke-emoji til modtageren, hvormed man igangsætter en samtale.



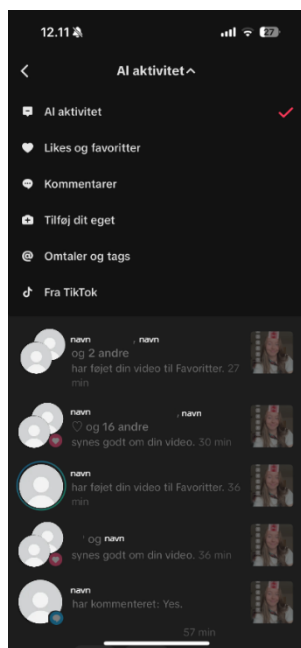
Billede 25: Indbakke

Hvis man oplever en stor vækst i antallet af venner, kan samtaler nemt forsvinde, eftersom nye 'venner' placeres øverst, hvilket skubber igangværende samtaler ned. Dette kan hurtigt blive frustrerende, hvis man ikke ved, at det er muligt (*allow*) at fastgøre en samtale til toppen. Fra Indbakken kan man klikke på 'Nye følgere' med den blå cirkel og tilgå en side, der viser ens nye følgere (billede 26).

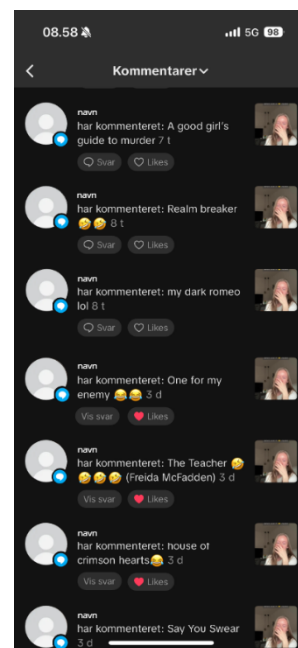


Billede 26: Nye følgere

Her vises de seneste tre følgere og ved at klikke på 'Vis alle' kan denne foldes ud. Herunder fremgår 'Foreslåede konti', som er TikToks anbefalinger til nye brugere, man kan følge, som minder om de konti man allerede følger. Der fremgår en rød knap, hvor der står *Følg* eller *Følg også*, hvormed brugeren opfordres (*encourages*) til at følge andre brugere. Ved at bruge ordene 'Følg også' appellerer appen til at brugeren skal lave en gensidige forbindelse til den anden bruger, der allerede har valgt at følge en. Den røde farve medfører at knapperne er iøjnefaldende og skiller sig meget ud fra TikToks sorte eller hvide farvevalg, hvormed der er større chance for at man ser dem. Fra Indbakken er det også muligt at klikke på Aktiviteter som har en rød cirkel med ikonet af en klokke. Herved kommer brugeren til en side, hvor alle notifikationer vedrørende ens indhold fremgår (billede 27). I toppen af skærmen står der 'Al aktivitet' efterfulgt af en pil. Klikker brugeren her, vises nogle forskellige selektionsmuligheder, som brugeren kan vælge for at filtrere i notifikationstyperne.



Billede 27: AI aktivitet



Billede 28: AI aktivitet filtreret, kommentarer

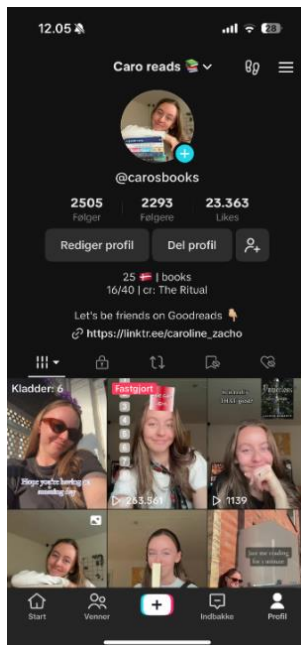
En af mine videoer begyndte at få mange kommentarer, og da jeg gerne ville besvare dem alle for at vise interesse og min tilstedeværelse (*presence*) overfor dem, betød det, at jeg brugte meget tid på at gennemgå dem.

“Jeg var vildt overrasket over, hvor mange kommentarer den fik og tænkte endda ‘åh nej det kommer jo til at tage evigheder at følge op på alle de kommentarer’. (...) Jeg fandt ud af den nemmeste måde at bevare et overblik, var at gå ind i Indbakken, under notifikationer og filtrere på kommentarer, så jeg bare kunne rulle ned til den seneste, jeg havde besvaret og så ellers tage dem en ad gangen op til” (bilag 4, s. 22).

Her blev denne selektionsmulighed en kæmpe hjælp, da jeg kunne finde tryghed i, at jeg vidste, jeg havde gennemgået alle kommentarer uden, at jeg hele tiden skulle gå ind på min video og se alle kommentarerne igennem for at finde de nye, jeg endnu ikke havde besvaret. Fra aktivitetssiden er det muligt at synes godt om en kommentar og besvare den uden at skulle tilgå videoen. Dette gør det væsentligt hurtigere, når der er mange kommentarer, som man vil besvare.

Den sidste side fra menuen i bunden er ens profil. Det er muligt (*allow*) at se TikTok videoer uden at have en profil, men det er ikke muligt at interagere med indholdet, for dette kræver (*demand*), at man har en profil. Fra ens profil kan brugeren se et overblik over alle sine egne videoer, hvor det også fremgår, hvor mange visninger den gældende video har opnået (billede 29). På denne måde får

man hurtigt et overblik over, hvilke videoer der er nået ud til flest personer. Det er her muligt at fastgøre op til tre opslag øverst, som man ønsker andre brugere skal bemærke, hvis de tilgår ens profil.



Billede 29: Profil

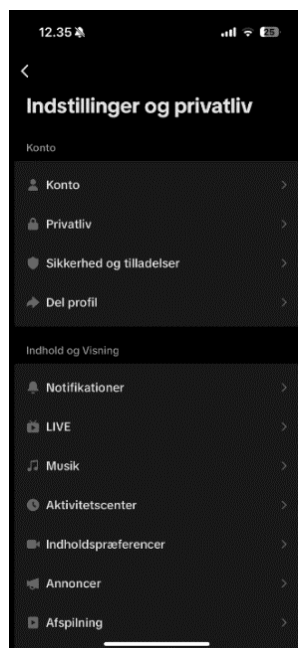
Ovenover forhåndsvisningerne er der fem forskellige undersider, man kan tilgå. Den første er denne oversigt over videoer, der er publiceret, symboliseret med seks vertikale streger. Den første video er dog en kladde af de forskellige videoer, som man har påbegyndt, men endnu ikke publiceret. Ved siden af denne kan man tilgå et arkiv af hhv. ens indhold, som ikke er tilgængeligt for andre, videoer, man har slået op igen, alt indhold man har gemt f.eks. opslag, lyde, effekter, hashtags m.m., og videoer, man har syntes godt om. Ikonet for videoer man har gemt og videoer man synes godt om har en strek igennem sig, der indikerer, at disse sider ikke er synlige for andre.

Øverst på billede 29 fremgår ens brugernavn og billede samt en oversigt over hvor mange man følger, hvor mange følgere man har, samt hvor mange likes man har i alt. Det er muligt at oprette flere konti og har man dette, fremgår en lille pil ved ens brugernavn i toppen. Klikker man på denne, er det muligt at skifte konto.

“Jeg ville ikke bruge min nuværende TikTok profil, da jeg har lavet nogle forskellige ‘fjolle’-videoer, som kun var tilgængelig for mine TikTok, og jeg havde ikke lyst til at blande dette indhold med BookTok. Samtidig ønskede jeg heller ikke kun at modtage BookTok-indhold, da

jeg fandt underholdning i meget andet indhold, og jeg vidste, at specialet ville kræve, at jeg gik all in på BookTok” (bilag 4, s. 8).

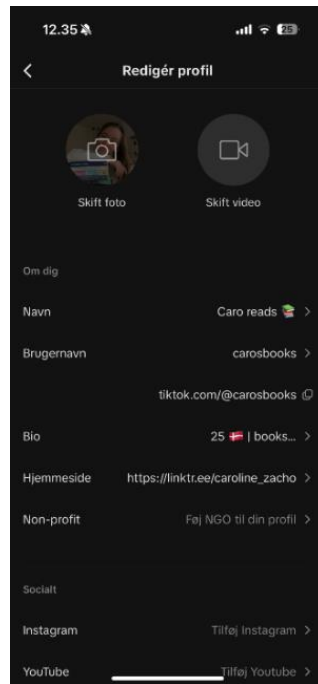
Jeg ville ikke udelukkende have en BookTok-identitet på mediet, da jeg også var interesseret i stadig at bruge det til at få andet underholdning fra. Muligheden for flere konti var derfor meget nyttig (*useful*). Oppe i højre hjørne af billede 29 fremgår tre streger, som fører brugeren til sine indstillingsmuligheder (billede 30).



Billede 30: Indstillinger

Går man herfra ind under ‘Privatliv’ får man mange forskellige muligheder. Man kan bl.a. gøre ens konto privat, begrænse andres interaktionsmuligheder, tilføje nogle nøgleord, hvorudfra TikTok filtrerer kommentarer eller indholdstyper fra, synliggøre videoer man har syntes godt om eller gemt i appen, ændre ens notifikationsindstillinger samt genindlæse ens “Til dig”-feed, hvis man synes, at man modtager meget indhold, der ikke længere er relevant for én m.m. Brugeren har således mange forskellige muligheder for at personliggøre sin profil og sit forbrug af appen, samt sætte grænser for modtagernes handlemuligheder med ens indhold (*refuse*). Alle disse muligheder er dog gemt herunder og er ikke noget brugeren ellers præsenteres for, hvilket kan indikere, at TikTok ikke er interesseret i (*discourages*), at man foretager disse begrænsninger, da det mindsker brugernes interaktionsmulighederne.

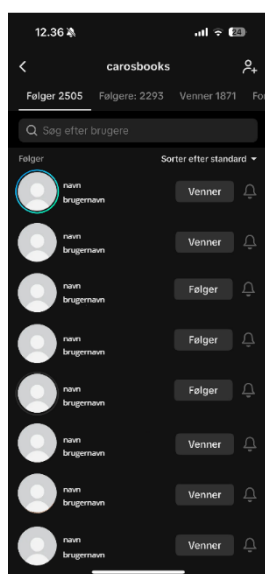
Det er også muligt at ændre ens profil ved at klikke på knappen ‘Redigér profil’ på billede 29. Herved får man mulighed for at ændre profilbillede, navn, tilføje en kort beskrivelse, som dog har en begrænsning (*refuse*) på 80 tegn samt tilføje links til andre medier, hvis man ønsker at henviser brugere dertil. Det er også kun muligt at ændre ens navn én gang om ugen.



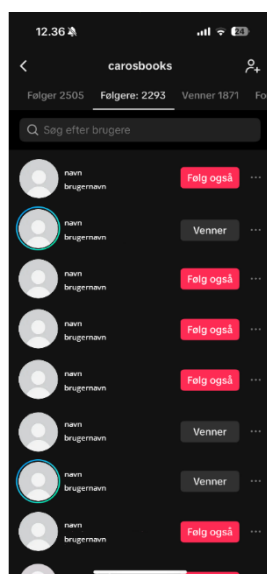
Billede 31: Redigér profil

På ens profil har man altså mulighed for at dele informationer om sig selv, både i form af ovennævnte muligheder samt gennem de videoer, man skaber. Disse informationer former således ens *identity* på mediet (Kietzmann et al., 2011, s. 243). Mine overvejelser angående min egen profil vil jeg uddybe under *subject*. Klikker man på antallet, man følger, føres man til billede 32. Her er det muligt at søge på specifikke brugere eller se alle i et kontinuerligt scroll. I højre side kan man se, hvorvidt det er en man er ‘venner’ med (begge følger hinanden) eller om det kun er én selv som følger vedkommende. Herfra kan man gå til ‘Følgere’, som vist på billede 33, hvor der igen er en oversigt over alle ens følgere, og man kan se, hvem man er ‘venner’ med, og hvem man ikke er. Klikker man på den røde knap med teksten ‘Følg også’, kan man hurtigt ændre dette og blive ‘venner’. Ved siden af dette er det muligt at tilgå en oversigt over ens ‘venner’ (billede 34). Her fremgår muligheden for at starte en privatsamtale med brugeren ved at klikke på feltet, hvori der står *Besked*. Samtidig står der under brugerens navn, hvor mange nye opslag denne har lavet for at opfordre én til at se deres videoer og hermed fordre ens *relationship*. I højre hjørne fremgår ikonet af en person med et plus, hvilket fører en til en side, hvor man kan tilføje venner baseret på ens

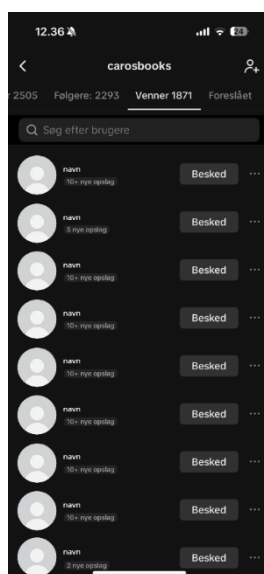
kontakter eller Facebook-venner samt få foreslåede andre konti på samme vilkår som billede 26 (billede 35). Flere gange har jeg også oplevet, at TikTok anmoder (*request*) om at synkronisere appen med ens kontakter eller venner fra en anden app. Disse sider giver indblik i ens *relationships*, da de viser, hvilke relationer man har til andre brugere (Kietzmann et al., 2011, s. 246). TikTok opfordrer her brugerne til at udvide antallet af personer, denne følger, da det fortæller platformen noget om, hvilken type indhold brugerne er interesseret i, men opfordrer også til samtaler med andre brugere og interaktioner med deres videoer, så man vedligeholder forbindelserne til andre.



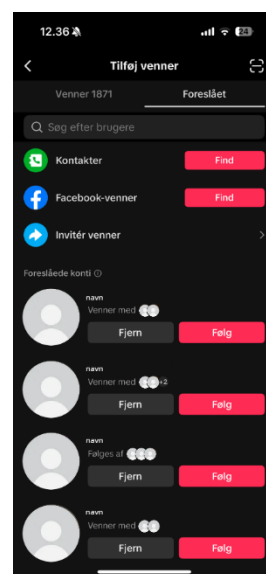
Billede 32: Følger



Billede 33: Følgere



Billede 34: Venner



Billede 35: Tilføj venner

Læsning og bøger

Et andet vigtigt artefakt i forbindelse med skabelsen af indhold til BookTok er bøger, da de udgør omdrejningspunktet for samtalerne, der foregår på BookTok. Jeg vil derfor beskrive nogle af de fordele, som læsning har. Dette er bl.a. forbedringer af ens akademiske præstation og verbale færdigheder, som læseforståelse, skrivestil, grammatik og ordforråd (Levine et al., 2022, s. 158). Læsning er også blevet forbundet med udvikling af prosociale egenskaber, mental trivsel (Merga, 2021, s. 2), samt større levetid grundet vedligeholdelse af kognitive evner (Levine et al., 2022, s. 158) og kan tilbyde en beskyttende effekt for at forhindre demens i alderdommen (Merga, 2017, s. 147). Unge mennesker har vist stærkere læsefærdigheder end deres peer, som ikke læser, hvor der ses en sammenhæng mellem hyppigheden af at læse skønlitteratur for fornøjelsens skyld og unges PISA-færdigheder (Jeerim & Moss, 2019, s. 181 + 191). Årsagen til disse fordele er, at det kræver et vedvarende engagement at læse en bog. Det stiller nogle kognitive krav at læse sådanne tekster,

hvor læseren eksponeres for et nyt ordforråd og forskellige syntaktiske strukturer, hvormed denne udvikler nye kompetencer og øger sin læsekapacitet (Jerrim & Moss, 2019, s. 182). Når man læser udfører man flere aktiviteter på samme tid; indtager den trykte information med øjnene, trækker på sproglig viden i hovedet om, hvordan sætninger fungerer, bruger viden om verden til at udfylde 'huller' i teksten og integrerer det, som man lige har læst, med det, man kan huske fra tidligere dele af teksten (Ross et al., 2006, s. 41). Der er altid 'huller' i teksterne, som læseren skal udfylde ud fra deres egen oplevelse og fantasi, hvormed kommunikationen opstår mellem læseren og bogen. Dette forklarer også, hvorfor læsere kan have forskellige oplevelser af samme bog, da de læser ud fra deres erfaringer og følelser (Ross et al., 2006, s. 137). Læsefærdigheder forbliver ikke, men går tabt, hvis de ikke bruges, hvorfor regelmæssig læsning af bøger er gavnligt (Merga, 2021, s. 1). På trods af de fordele, der opnås ved læsning, er det også i højere grad de følelser og fornemmelser, som opleves under læsningen, som har indflydelse på mængden af læsning (Broeder & Stokmans, 2013, s. 100).

Nogle læser for perspektivtagning, som finder sted, når man læser om, hvordan andre mennesker lever, oplever og handler i situationer. Det kan samtidig forklare, hvorfor folk har forskellige emotionelle reaktioner alt efter, hvor meget de kan identificere sig med karaktererne, og de oplevelser de udsættes for (Merga, 2017, s. 150). Læsning giver her en bredere forståelse af verden og liv, som er anderledes fra en selv, hvormed vi også lærer at forstå os selv (Guinez-Cabrera & Mansilla-Obando, 2022, s. 114). De relationer, der opstår mellem læseren og fiktive karakterer og verden, muliggør at teste og udforske forskellige identiteter. Læsning giver hermed folk mulighed for at forhandle om identitet uden at afskære sig fra mulighederne i deres liv (Ross, 2006, s. 115). Jeg oplevede en bruger på BookTok fortælle, hvordan det at læse smut, som står for 'sexually explicit material', var hendes måde at udforske egne lyster efter en kristen opvækst, hvor dette var tabuiseret:



Figur 20: TikTok, *rad all the rad reads, smut is healing and i will not feel ashamed*

“(...) being able to explore in the safety of reading a book, healthy sexuality, healthy exploration of pleasure (...) is good and healthy. Think about all the alternatives, all the places I could go, mostly involving other people or harm being done to other people or etc. (...) me getting to read about them, think about that, meditate on that, work through what does this bring up in me, how does this make me feel (...) this is a healthy safe space where I by myself, with myself and in the safety of a book, where nobody is being harmed, nobody is being exploited or used against their will (...)” (bilag 4, s. 28).

Andre læser for at få viden, mental stimulation, underholdning og nydelse, eller for mentalt helbred (Levine et al., 2020, s. 159). Det kan også være, fordi de ser bøgerne og karaktererne som venner, vil øge deres fantasi og inspiration, fordi det er en vane eller pga. en interesse i sproget (Merga, 2017, s. 149). Jeg begyndte selv at læse, da jeg gjorde det til en vane at læse inden jeg gik i seng (bilag 4, s. 2). For nogle er det en flugt fra virkelighedens nu og her ind i en anden verden. For mange ligger en del af fornøjelsen i deres glæde for sproget, hvor de sætter pris på et dygtigt anvendt sprog (Ross, 2006, s. 15). Mange læsere annoterer derfor i deres bøger, hvormed de understreger dele, der gjorde indtryk på dem og tilføjer noter på siderne.

Umiddelbart virker det modstridende at en app, der fordrer konsumeringen af meget indhold i et kort format og som ikke kræver meget fokus, også opfordrer til læsning, en aktivitet som tager tid og fordybelse. Selvom læsning ofte ses som en privat og individuel udført handling, er det derimod en social praksis (Merga, 2021, s. 1; Birke, 2021, s. 150-151). Nu indebærer det at læse flere aktiviteter, bl.a. at dele anmeldelser på diverse medier, deltage i diskussioner om bøger, dele billeder og videoer af ens bøger, nye køb af bøger og hvor meget man har læst og at deltage i udfordringer (Birke, 2021, s. 153). Selvom selve læsningen foretages individuelt, transformeres det til en offentlig aktivitet, som andre kan deltage i (Birke, 2021, s. 166). Læsningen bliver i denne kontekst til en optræden, hvor planlægning af video, optagelse, redigering og uploading på TikTok samt at vente på reaktioner fra modtagerne bliver alt sammen en del af læsepraksissen og gør den til en offentlig aktivitet. Det at læse bliver derfor i større grad betragtet som materiale til selvpræsentation og en delingsmulighed (Birke, 2021, s. 169). Det at læse muliggør at man kan åbne op for andre mennesker, da hver læser har sin egen oplevelse af den tekst de læser, baseret på dennes individuelle, sociale og historiske kontekst (Depexe & Freitas, 2023, s. 271). Bøger kommunikerer heller ikke kun gennem deres materielle tilstedeværelse eller teksterne indeni, men afspejler en æstetik og

oplevelse, som læseren har haft og associerer sig med (Olave, 2020, s. 2). Dette ses f.eks. i 'Book hauls', hvor man viser et udvalg af sine bøger og måden, de er opstillet på (Birke, 2021, s. 165). Det at læse noget, som en anden person også læser, giver noget man kan snakke om og diskutere ift., om man har oplevet bogen på samme måde (Ross et al., 2006, s. 225). Jeg oplevede selv en øget motivation til at læse, da jeg begyndte at snakke med forskellige personer om vores oplevelser, bl.a. med min kollega dengang jeg arbejdede på Starbucks:

“De efterfølgende vagter gik vores samtaler med, at jeg opdaterede hende på, hvor langt jeg var kommet i bogen, hvorefter vi begge jublede over, hvor gode, vi synes, bøgerne var, og hun prøvede ikke at afsløre handlingen” (bilag 4, s. 2)

Min veninde fra universitetet og jeg havde også mange samtaler om BookTok og bøger vi gerne ville læse, og flere gange har vi læst de samme bøger samtidigt. F.eks. dengang hun havde købt bogen *Tress of the Emerald Sea* til mig i fødselsdagsgave, som hun også havde købt til sig selv:

“Det var en virkelig sjov og hyggelig oplevelse at læse en bog samtidig, da det gav os mulighed for at vende hvert kapitel, forsøge at forstå handlingsforløbet og verdenen og dele vores reaktioner undervejs” (bilag 4, s. 7).

Subject

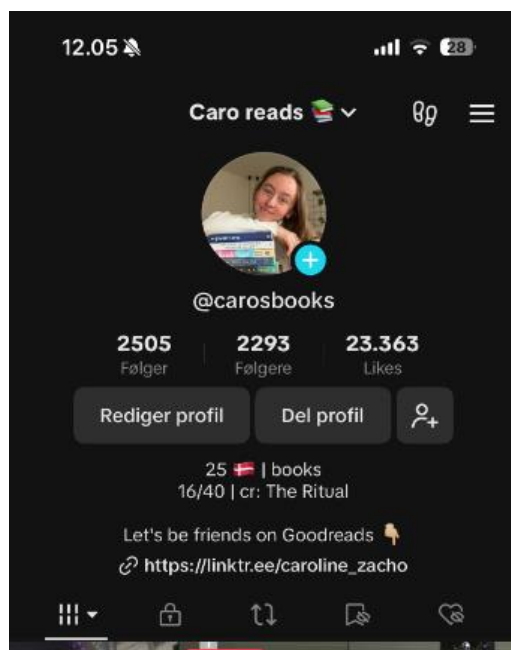
Ovenstående gennemgang af TikTok gav indsigt i, hvordan mediet kan bruges til at skabe indhold, og hvor lave barriererne er for at gøre dette. Det kræver kun en smartphone og internetforbindelse for at kunne tilgå TikTok, hvorefter alt indhold kan laves i appen uden betaling, hvilket gør TikTok lettilgængeligt (*accessible*). Det giver derfor et stort antal mennesker mulighed for ikke bare at se videoer på platformen, men også at deltage i produktionen af dem. Dette slører grænsen mellem passivt at forbruge og aktivt at producere, hvor brugerne let kan skifte mellem disse to (Currenti, 2023, s. 28). Det medfører også at meget af indholdet er lavet af hverdagsmennesker og 'amatør skabere' (Dezuanni et al., 2022, s. 357).

Subjektet er det individ, hvis synspunkt man undersøger fra, som i dette tilfælde er mig selv, da jeg med en autoetnografisk tilgang har produceret indhold til BookTok, samt interageret med andres indhold (Vahed et al., 2018, s. 4). Her kan *identity* fra Honeycomb-modellen inddrages, som referer til informationer, brugerne vælger at dele om dem selv på mediet, samt hvordan de udtrykker deres personlighed gennem det indhold, de skaber (Kietzmann et al., 2011, s. 243). I opsætningen af min

egen profil gjorde jeg mig nogle overvejelser om, hvordan min profil skulle se ud, samt når jeg overvejede at følge andre brugere:

“Jeg oprettede en profil den 2. december og gav mig brugernavnet ‘carosbooks’, da jeg ville associere mig med BookTok og havde set flere bruge enten ordet ‘books’ eller ‘reads’. Som profil brugte jeg et billede fra min reading journal, da jeg ikke var klar til at vise mig selv (...) Jeg kiggede på folks profiler, og hvis det virkede til at være en “BookTok-profil”, hvis navnet havde reference til læsning, billedet involverede bøger, og de havde videoer, hvor tekst eller billede indikerede bøger, fulgte jeg dem” (bilag 4, s 8).

I beskrivelsen valgte jeg at skrive min alder, indsætte et Danmarks flag for at vise min nationalitet, samt ordet “books” for igen at tydeliggøre min interesse på denne profil. Herunder havde jeg skrevet, hvor mange bøger jeg havde læst ud af mit mål og hvilken bog, jeg på daværende tidspunkt var i gang med. Nedenunder står der “Let’s be friends on Goodread ☞” med et link, der fører modtageren til min Goodreads-profil. Mit profilbillede var i starten et billede fra min reading journal, men i takt med at jeg blev mere komfortabel med at vise mig selv, skiftede jeg dette ud med et billede af mig og nogle bøger.



Billede 36: @carosbooks profil, beskåret

Alle disse informationer er nogle, som jeg har set andre BookTokere anvende, og derfor har ladet mig inspirere af. Det understreger således, at min profil ikke er en enkeltstående individuel

produktion, men derimod formet af den sociale udveksling, jeg har set på BookTok, hvor brugerne giver disse informationer om dem selv (Engeström, 2014, s. 114). Ovenstående citat viser også vigtigheden i at gøre sig nogle overvejelser omkring, hvad man vælger at fortælle om sig selv, hvis man søger en bestemt gruppe modtagere. Jeg gjorde mine overvejelser ud fra, hvad jeg havde set andre brugere gøre, for at jeg kunne forbinde min identitet med deres. Denne performative praksis med at skabe sig selv som en BookToker kan ses som en assemblage-proces, hvormed man bliver genkendelig for andre og markerer sig som tilhørende en gruppe (Dezuanni et al., 2022, s. 358). Det indikerer, hvordan denne *exchange* kan opleves mellem subjektet og de andre brugere på BookTok, hvorigennem vi hver især forsøger at opbygge troværdighed (*credibility*) som værende en valid BookToker, ved at vi i vores visuelle udtryk associerer os hermed for at tydeliggøre, at vi tilhører denne gruppe. Samtidig havde jeg selv nogle tanker om, hvad der definerede en BookTok-profil, bl.a. at der i navnet eller billedet var en reference til læsning. Denne udefinerede regel (*rules*) om at have en BookTok-identitet var også et kriterium, som jeg brugte til at afgøre, hvorvidt jeg ville følge andre brugere eller ej. Hvis ikke brugerne opfyldte denne regel, ville de ikke få min støtte i form af at følge dem og interagere med deres indhold. Mine videoer, og de interaktioner jeg havde med andre brugere, er også en måde, hvorigennem jeg udtrykker min personlighed og tilstedeværelse (*presence*), men dette vil jeg uddybe nærmere i afsnittet om *object*.

Nogle brugere har opnået status som 'bog-influencer', hvormed de er på samme side som forlag og forfattere, når det kommer til promovningen af bøger. De er derfor også begyndt at arbejde mere sammen for at skabe det optimale indhold, der kan trække opmærksomhed til bøger. Samtidig understreger dette vigtigheden af, at forfattere skaber en tilstedeværelse på sociale medieplatforme og potentielt kommer i kontakt med disse BookTokers for at skabe mere opmærksomhed omkring deres bøger (Nicoll, 2023, s. 41). Subjektet kunne derfor også være forfattere eller boghandlere, der har valgt at oprette en profil og evt. dele indhold på BookTok. Forfattere kan bruge TikTok til at se, hvilke personer, der har købt deres bøger, og hvad de siger om dem, men de har også mulighed for at dele videoer og derigennem udfolde deres identitet som forfatter for modtagerne. De kan både engagere sig i en etableret læserskare, men kan også skabe indhold, som vil blive opdaget af flere potentielle læsere (Nicoll, 2023, s. 40).

Det var f.eks. gennem TikTok, at jeg opdagede Brandon Sanderson, som jeg forinden ikke kendte. Brandon Sanderson er en New York Times bestselling forfatter, der i september 2022 delte sin første video på TikTok og i dag har over 300.000.

“På BookTok fremstår han nemlig som Stephen King af fantasy-genren, og ingen havde noget dårligt at sige om hans bøger. (...) På TikTok laver han både videoer, hvor han taler om sine bøger, giver gode råd og indsigt i sine skrivemetoder som forfatter, men han laver også humoristiske videoer. Han er især kendt for at skrive og udgive bøger hurtigere end hans læsere kan følge med, hvilket nogle brugere har italesat:



“I know we joke, I know we [sug]gest that this man [Brandon] is not human that he's actually a printing press (...) What do you mean there's another secret project, you just wrote a book that's gotta be like 1300 pages, how did you find time” (bilag 4, s. 6).

Figur 4: TikTok, Jonah Evarts, Brandon Sanderson teases new project

I ovenstående video eksempel, har en bruger interageret med Brandons egen video ved at lave en stitch, hvormed man filmer en video i forlængelse af en andens video. Det viser, hvordan hans læsere er opmærksomme på det indhold, han skaber, men også interagerer med dem. At Brandon er på TikTok muliggør også at han kan få adgang til disse holdninger og samtaler (Kietzmann et al., 2011, s. 244). Som virksomhed skal man dog være opmærksom på, hvad man vælger at dele om sig selv, så man ikke får skabt et forkert billede hos modtagerne, da modtagere hurtigt kan videre dele og interagere med videoerne, og sprede dette negative billede. Som virksomhed skal man også være påpasselig med at bruge andre brugeres positive eller negative boganmeldelser til egen promovring, da det kan være uetisk at udstille andres oplevelser.

En video fra virksomheden Bog & idé på Nytorv blev også afgørende for min egen oprettelse af en BookTok-profil. De havde delt nedenstående video:



Figur 6: TikTok, Bog & idé Nytorv, Sammensæt din egen adventskalender (bilag 4, s. 7)

Deres koncept gav mig inspirationen til at starte min BookTok-profil, da jeg vidste, at denne adventskalender ville give mig indhold til flere videoer, så jeg var sikker på at holde min profil aktiv.

I en anden video fortæller de, at de udvider deres engelskafdeling og spørger derfor, hvilke bøger folk synes, de skal få hjem (bilag 5, s. 8). Dette illustrerer, hvordan de bruger mediet til at starte samtaler (*conversations*) med brugerne om deres indhold, her udvalget af bøger (Kietzmann et al., 2011, s. 244). Ved at komme i kontakt med deres målgruppe, kan de få indblik i deres ønsker og forsøge at imødekomme dem. Virksomheden kan dog ikke være sikre på, om brugerne rent faktisk tilhører målgruppen grundet de anonymitetsmuligheder mediet giver, eller om de er i en geografisk lokalitet, hvor de faktisk ville komme ind og købe de bøger, som de bestilte hjem.

Object

Objektet er den intenderede aktivitet, som subjektet ønsker at foretage, i dette tilfælde skabelsen af BookTok-videoer (Vahed et al., 2018, s. 4). Motivationen for at skabe objektet er visualiseret i pilen, der går til *outcome* (model 2). For mig har motivationen delvist været denne undersøgelse, som forudsætter, at jeg skaber indhold for at kunne reflektere over de oplevelser, det medfører. Derudover er min motivation præget af de tidligere interaktioner og oplevelser, som jeg har haft med andre brugeres indhold, der har medført en interesse i også selv at ville dele mine læseoplevelser i håbet om, at andre brugere deler disse.

Hvert opslag kan ses som sin egen samtale (*conversation*), der på BookTok altid er i reference til noget bogrelateret, f.eks. en bog, forfatter, karakter eller genre (Kietzmann et al., 2011, s. 244). Samtalen har altid en grad af enten anbefaling eller frarådning til andre brugere om en given bog, forfatter, genre m.m. Her er videoen den indledende samtale, hvortil andre brugere gennem kommentarer eller andre interaktionsmuligheder kan tage del i samtalen. Der er forskellige typer indhold, som bliver skabt på BookTok, heriblandt anbefalinger, læseoplevelser, emotionelle reaktioner, italesættelse af læse-fællesskaber og BookTok, snak om karakterer og steder. Anbefalinger kan være alt fra bøger man elskede, genre baserede anbefalinger, anbefalinger pba. en anden bog eller serie, tema-baserede anbefalinger eller bøger man fraråder andre at læse, fordi de skuffede (Merga, 2021, s. 5). Ift. læseoplevelser er der tale om videoer, der handler om selve det at læse, f.eks. de genrer man foretrækker, hvordan læsning former forventninger i private forhold, de rumlige ressourcer som skaber en behagelig læseoplevelse, det at købe flere bøger før ens eksisterende bøger er læst, samt det at være i en 'reading slump', hvor man ikke er motiveret til at læse (Merga, 2021, s. 5). Videoer med emotionelle reaktioner fokuserer på de følelser, som læsning fremkalder hos læseren, heriblandt udvælgelsen af bøger for fremkaldelse af specifikke følelsesmæssige reaktioner (Merga, 2021, s. 6). Nogle videoer italesætter også forskellige typer af

læsere heriblandt ‘fast readers’ og ‘slow readers’ eller BookTok som fænomen, hvor brugerne udtrykker glæde eller utilfredshed med andre brugeres adfærd. Videoer der taler om karakterer og steder har ofte fokus på det emotionelle bånd læseren opbygger til karakter eller universet og, hvordan disse fiktive steder udgør et andet hjem eller karakterer udgør venner (Merga, 2021, s. 6). Videoerne er således med til at sige noget om skaberens identitet, da de giver et indblik i skaberens værdier, interesser, holdninger eller lign. (Kietzmann et al., 2011, s. 243).

I en af mine første videoer gennemgår jeg min reading journal fra 2023 med fokus på de bøger jeg havde læst det år. Heri kan brugerne se, hvilke bøger jeg havde læst, og min vurdering af dem i form af stjerne. Det kan således give andre brugere et indblik i, hvilke bøger jeg kan lide og ikke kan lide.



Figur 9: TikTok, Caro reads, All the books i read in 2023 reading journal flip through (bilag 4, s. 12)

BookTok-indhold bliver skabt med målrettede beslutninger om f.eks. et anvendt filter, et lydklip eller redigering på en særlig måde, som er med til at udvikle budskaberne og formidle en specifik betydning til modtagerne (Jerasa & Boffone, 2021, s. 222). Det kan hurtigt blive omstændigt at optage videoer, da man gør sig overvejelser ift. om det miljø, man optager i, er tiltalende på kameraet og har den rette belysning. Mange sidder derfor placeret foran deres bogreol, for at forstærke denne BookTok-identitet. Da jeg ikke havde det, er de fleste videoer, hvori jeg selv fremgår, filmet fra mit vindue for at belysningen er bedst. Samtidig skal man forholde sig til en tidsbegrænsning fra enten den valgte video-længde eller lydklippet, og kan kræve en koreografi af mimik eller bevægelser. Jeg prøvede f.eks. flere gange at filme en video, hvor jeg skulle vise bøger i takt med at der i lydfilen blev beskrevet noget, hvilket krævede noget forberedelse og øvelse, da det til tider kunne gå hurtigt imellem at skifte bøger. Derudover kan efterbehandlingen ifm. redigering være kompliceret (Dezuanni et al., 2022, s. 369). Billede 23 gav et indblik i, hvor mange elementer der kan indgå i en video, og det kan tage meget tid at få teksternes og billedernes placering til at være nogenlunde ens i størrelse samt passe til lydens timing. Der er ikke nogen regler for, hvor æstetiske ens videoer skal være, men i takt med at jeg fik flere følgere, fik jeg mere stolthed i det indhold, jeg lavede, hvorfor jeg gerne ville have dem til at fremstå gennemarbejdede og æstetisk appellerende.

Skaberne af indhold bør fokusere på at engagere sig i de trends, der eksisterer frem for at dyrke et personligt brand (Reddan, 2022, s. 8). Man bør dog ikke glemme ens personlige brand, hvis man ønsker følgere, da brugerne skal have en interesse i at se det, man deler, før de gider følge én. Dette forudsætter, at de forbinder ens profil med et behov, de vil have opfyldt. Årsagen til, at man bør engagere sig i trends, skyldes, at succes på TikTok i højere grad er forbundet til de individuelle opslags performance frem for den enkelte brugers popularitet. Dette skyldes bl.a. at formatet i højere grad fordrer, at man ser en masse blandet indhold fra forskellige skabere gennem "Til dig"-siden, der er startside. Af de 69 videoer, som jeg har delt, har 52 af disse under 1000 visninger, 15 videoer har mellem 1000-7000 visninger og kun 2 videoer har mere end dette. Første gang jeg var overvældet over reaktionerne på min video kan ses i nedenstående uddrag:

"En af dagene forinden sad jeg og lyttede de forskellige lydfiler igennem, som jeg havde gemt og faldt her over en, der sagde "The name of the book you're currently reading, is the new nickname for your cooch" aka kvindelig kropsdel. Jeg tænkte på min nuværende bog, One Dark Window, og jeg var flad af grin. Jeg tænkte, at det var oplagt at lave en BookTok-video om.



Figur 17: TikTok, Caro reads, 'The name of the book you're currently reading is the new nickname for your cooch'



Billede 37: Skærmbilleder fra video (figur 17)

Jeg begyndte at modtage kommentarer fra andre brugere, som skrev titlen på den bog, de læste, og jeg var underholdt de næste mange timer: *A Little Life*, *Flawless*, *Things We Hide From The Light*, *Better Than The Movies* (...) Det var næsten lige meget, hvad folk læste, så

synes jeg bare, at det sjovt. Det fortsatte og jeg forsøgte at besvare alle kommentarerne med grine-emojis eller en lille kommentar. Da jeg gik i seng samme aften, havde jeg brugt 5,5 time på TikTok den dag (...) da jeg vågnede, havde den 12.000 visninger og 50 nye kommentarer. Jeg var vildt overrasket over, hvor mange kommentarer den fik og tænkte endda 'åh nej det kommer jo til at tage evigheder at følge op på alle de kommentarer' (bilag 4, s. 21-22).

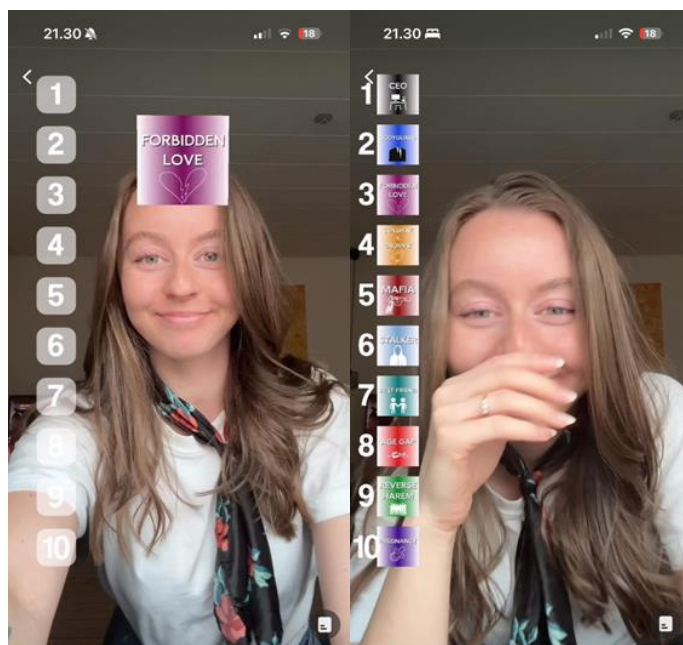
Hvis min video skulle forstås som en indledende samtale (*conversations*), var deres kommentarer en respons hertil, som jeg gerne ville anerkende. Jeg havde derfor bestemt mig for, at jeg ville besvare alle kommentarer på mine videoer både, fordi det gav mere interaktion, som påvirkede algoritmen, men også fordi jeg gerne ville vise taknemmelighed overfor de brugere, der brugte tid på at skrive en kommentar, ved at vise at jeg bemærkede deres kommentarer. Min egen oplevelse er, at hvis man aldrig svarer på kommentarer, så virker man ikke særlig interesseret i de andre brugere, og dette ville jeg gerne undgå. Jeg forsøgte herigennem at skabe et positivt omdømme (*reputation*), og håbede at andre brugere ville bemærke min anerkendelse af dem, på samme måde som jeg bemærkede deres anerkendelse af mig (Kietzmann et al., 2011, s. 247). Dette viser samtidig min tilstedeværelse (*presence*), hvor jeg forsøger at fremstå synlig og aktiv på mediet (Kietzmann et al., 2011, s. 245-246). Som citatet indikerer, var dette en beslutning, som blev meget tidskrævende, da jeg de første dage fik hundredvis af nye kommentarer, som heldigvis med tiden blev mindre. Videoen er fra den 20. april og modtager stadig kommentarer dagligt. Selvom den har fået næsten 40.000 visninger og 2000 kommentarer, har det ikke medført, at mine andre videoer har fået mange nye visninger eller kommentarer, eller at jeg fik en masse nye følgere. Dette indikerer, hvordan succes er forbundet med videoen og ikke min profil. Hvor denne video var hurtig at filme, redigere og publicere, var videoen, som vist på billede 23 noget mere omstændig, da jeg skulle bestemme, hvilke bøger jeg ville inkludere, finde billeder af disse og gemme, samt redigeringen i appen. Selvom den video tog længere tid og indeholder flere populære BookTok-bøger, har den kun modtaget omkring 500 visninger, hvilket sammenlignet med den anden video er meget lidt. Dette illustrerer også tilfældigheden i, hvilke videoer der går viralt, og hvordan mængden af tid og arbejde brugt på en video ikke nødvendigvis hænger sammen med dens succes.

Der er ikke nogen kriterier for, hvornår en video har opnået succes, men det kan siges at være når ens video har fået brugere til at interagerer med den længe nok til at den bliver delt med brugere, som ligger udenfor ens intenderede gruppe modtagere (Martens et al., 2022, s. 710). Dette bekræfter aktivitetssystemets *distribution*, hvor delingen og spredningen af videoer afhænger af fællesskabets

interaktion med objektet, som også beskrevet i analysen af TikTok. Det kan dog også medføre misforståelser, hvis disse ‘nye’ modtagere, der er uden for fællesskabet, ikke har kendskab eller forståelse for det emne videoen taler om, hvilket understreger at man også skal passe på med, hvad man udtaler sig om, da det hurtigt kan påvirke ens identitet negativt (Kietzmann et al., 2011, s. 244). Jeg oplevede dette med en af mine videoer, som i dag har over 320.000 visninger, da den pludselig fik nogle kommentarer, der gjorde mig udtryk. I videoen bruger jeg en effekt, hvormed man skal rangere nogle ‘book tropes’, som er temaer og handlings- eller karaktertræk ved bøger, der på BookTok er blevet en populær måde at fortælle om bøger uden at give for mange detaljer. Det kan derfor anses som nogle regler (*rules*), der er blevet etableret i fællesskabet, og som kommer til udtryk i videoen (objektet).



Figur 18: TikTok, Caro reads, Book Trope Tier-Ranking

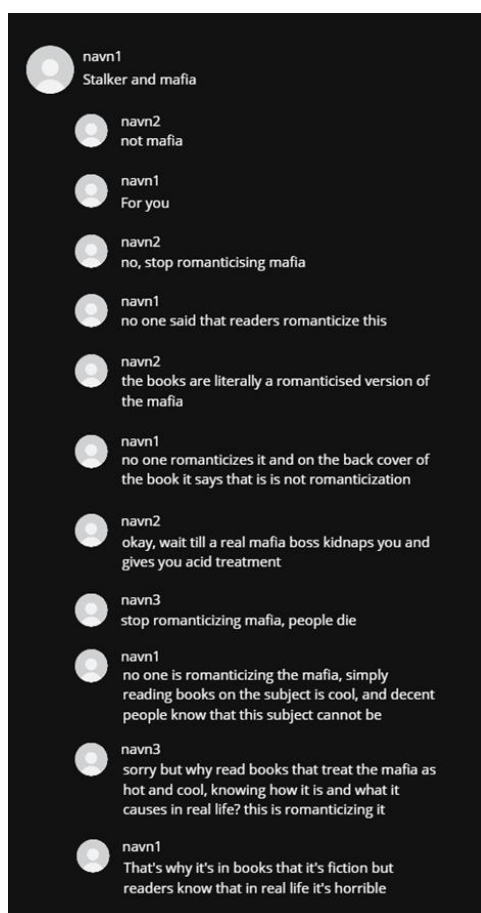


Billede 38: Skærbilleder fra video (figur 18)

““non romanticizziamo la mafia per favore”. Jeg forstår ikke italiensk, men jeg forstod alligevel den kommentar. ‘Åh nej’ tænkte jeg, det kan ikke være godt. Betyder det, at min video er nået ud over BookTok, og nu bliver set af andre mennesker, som ikke forstår konteksten. Jeg vidste ikke, hvad jeg skulle gøre. (...) Jeg vidste godt, at mafia på ingen måde var noget, der skulle romantiseres i virkeligheden, så jeg kunne også godt forstå, hvorfor personer med tættere kendskab hertil ikke mente, det var noget, man skulle romantisere. Skulle jeg kommentere og prøve at forklare mig selv, at det bare er for sjov og relateret til en fiktiv verden, der eksisterer i bøger. Jeg kunne ikke engang færdiggøre tanken, for det ville være

håbløst at prøve og forklare. På BookTok er dark romance meget populært. Det er en subgenre af romantik, som indeholder mørke temaer og ofte advarsler om indhold, umoralske karakterer og plots med traumer og vold f.eks. mafia, stalking og kidnapning. Jeg tror, det er fantasien om det mystiske og farlige, som tiltrækker læsere, men jeg går også stærkt ud fra, at alle er enige om, at hvis de blev udsat for det i virkeligheden, ville det være noget andet. Men alt dette ved udefrakommende jo ikke nødvendigvis, (...) Jeg var faktisk vildt utilpas og bange for, at folk så mig som et dårligt menneske. Mange andre brugere havde selv i kommentarerne udtrykt deres begejstring for bøger med denne 'trope', så jeg stod i det mindste ikke alene i kampen" (bilag 4, s. 26).

Jeg var nervøs for, hvordan dette ville påvirke folks opfattelse af mig, hvis jeg blandede mig i diskussionen, da kommentarerne er tilgængelige for alle, og da det tydeligvis frembragte nogle stærke holdninger hos andre brugere. I kommentarsporet begyndte nogle brugere at forsvare denne interesse, hvormed der opstod diskussioner ift. om tropen overhovedet er acceptabel, da nogle mener det er en romantisering, hvor andre mener det er en fantasi.



Billede 39: Kommentarspor genskabt fra video (figur 18) (bilag 4, s. 27)

Jeg vil argumentere for, at der kan være tale om en *exchange* ift., hvad der er og bør være tilladt (*rules*), selvom det her handler om noget større end blot BookTok, men hvad der bør være tilladt at skrive om i bøger eller ej. På BookTok er kontrollen, handlekraften og ejerskabet hos brugerne. Her er plads til identiteter, som er underrepræsenteret og mulighed for et fællesskab med bøger, der ikke betragtes som “passende” for akademiske rum (Jerasa & Boffone, 2021, s. 221-222). Der er således ikke nogen regler for, hvad man må og ikke må udtale sig om. På BookTok har dark romance fået sin plads i takt med at mange brugere afslører, at de læser dem, hvormed det bliver mere acceptabelt at hylde denne genre. Det er dog stadig noget, som BookTokere anerkender, som værende upassende udenfor, da flere f.eks. har lavet videoer, der viser en hverdagssituation, hvor en person spørger ind til, hvad de læser, hvortil de ikke ved, hvad de skal svare, da beskrivelsen af dark romance kan virke upassende.

TikToks algoritmen påvirker, hvordan skabere vælger, hvilke bøger de vil læse og anbefale, og nogle brugere finder det lettere at tale om bøger, som allerede er populære, da brugerne højst sandsynligt har et kendskab til bogen, men særligt fordi det øger sandsynligheden for at videoen bliver set af flere (Guehring, 2023, s. 110). Mange videoer bliver derfor skabt med intentionen om at skaberen vil deltage i samtalen på BookTok (*outcome*), som kan udspille sig gennem en trend. BookTokere producerer og reproducerer hele tiden nye trends i form af lydfiler, effekter, tendenser eller bøger, der får mere opmærksomhed (Currenti, 2023, s. 28). På baggrund af at der cirkulerede utallige videoer omkring bogen, *Iron Flame*, på BookTok fra brugere, som havde læst den eller var i gang med den, valgte jeg også selv at læse den og lavede tre videoer omhandlende min proces med at læse bogen (bilag 4, s. 16). Det viser også et sted, hvor jeg forsøgte at være strategisk i det indhold, jeg skaber, da deltagelsen i allerede eksisterende samtaler ofte fører mere interaktion med sig naturligt.

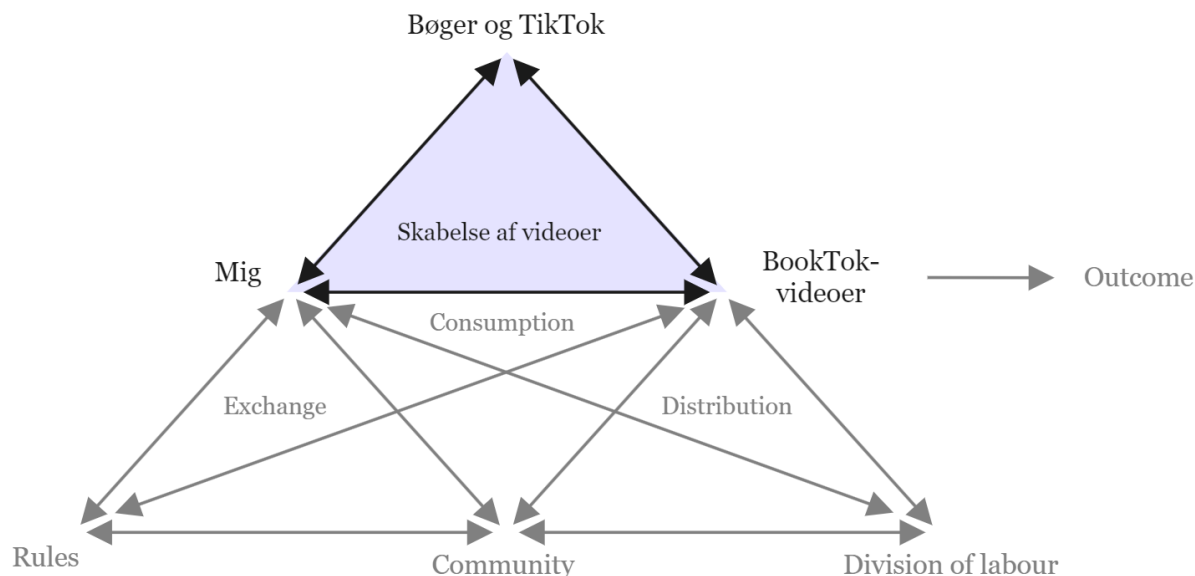
“Jeg lagde mærke til, at der efterhånden var flere videoer, som bestod af en karusel af to billeder, hvoraf der på det første stod “Bookish question of the day” og på næste billede stod et spørgsmål, som henvendte sig til modtagerens læseoplevelser eller -præferencer. Den 16. marts tog jeg igen en skræmoptagelse, hvor jeg scrollede ned af “Til dig”-siden, og her var 7 ud af 12 videoer i streg opslag med disse “Bookish questions” (bilag 4, s. 19).

Dette indikerer starten på en ekspansiv cyklus for mig på BookTok. Internaliseringen var, at jeg løbende havde lavet videoer og interageret med andres indhold. Hvor de første 1000 følgere var kommet forholdsvis hurtigt, havde det nu i længere tid ikke udviklet sig yderligere. Jeg kæmpede

med at få flere følgere og begyndte her at overveje, hvad årsagen hertil kunne være. Jeg begyndte at se videoer fra BookTokere, som fortalte, at hvis man ville øge sin profil, skulle man lave flere opslag dagligt, og dele kontinuerligt over en længere periode (bilag 4, s. 19). Dette illustrerer, hvordan zonen for nærmeste udvikling eksisterer på BookTok, da nogle mere kyndige og erfarne BookTokere stiller informationer og vejledning til rådighed, så andre BookTokere kan få deres profiler til at vokse (Vygotsky, 1986, s. 191). Da jeg havde travlt med speciale og arbejde og generelt ikke kunne nå at læse bøger hurtigt nok til at blive ved med at have noget nyt og spændende indhold, fandt jeg det svært at leve op til dette. Jeg forsøgte derfor gennem mere manuelt arbejde, at få følgere ved at være meget aktiv med at følge en masse andre brugere og deltage i 'BookTok Follow-parties' (bilag 4, s. 20). Sideløbende havde TikToks integration af billeder skabt nogle spændinger ift., at der pludselig var brugere, som skabte nye måder at lave BookTok-indhold (Engeström, 2018, s. 48-50). Lidt efter lidt opstod flere af disse 'Bookish questions'-opslag. De bryder med det tidligere indhold, der førhen havde fokus på at brugeren selv delte ud af oplevelser, da disse 'Bookish questions'-opslag i stedet krævede interaktion fra modtagerne for at indholdet havde en værdi. Det blev derfor også nemmere at skabe indhold, da det ikke krævede lige så meget af mig selv, eftersom jeg blot skulle bruge et billede og stille et spørgsmål. Jeg lavede derfor selv nogle opslag, så jeg også kunne tage del i trenden og have givet mit bidrag hertil, hvor eksternaliseringen nåede sit højdepunkt. Jeg oplevede forskellige niveauer af engagement på videoerne, men det medførte ikke en betydelig stigning i nye følgere, hvormed jeg gik tilbage til internaliseringen, hvor jeg overvejede andre måder at få flere følgere på. Det var primært når jeg selv aktivt fulgte andre BookTokere, at jeg også selv fik følgere og i takt med at jeg delte flere videoer.

Opsamling på Production

Med ovenstående gennemgang af *artifact*, *subject* og *object* er *production*-trekanten fra aktivitetssystemet afdækket. Jeg har her forsøgt at skabe forståelse for, hvordan jeg (*subject*) samt andre forfattere eller boghandlere skaber disse BookTok-videoer (*object*). Dette gøres ved brug af bøger og TikToks optagelses- og redigeringsmuligheder (*artifact*), hvorved der opstår en produktion af videoer (Vahed et al., 2018, s. 4). Aktivitetssystemets elementer kan dermed erstattes og ser nu ud således.



Model 10: Activity System production, udfyldt, egen illustration

I processen med at gennemgå denne del af systemet, har det været svært at undlade at indbringe de andre elementer af aktivitetssystemet. I analysen af artefaktet blev distributionsmetoderne i form af brugerens interaktioner inddraget, ved subjektet blev fællesskabet inddraget eftersom deres indflydelse påvirkede min adfærd, og ved objektet blev fællesskabets interaktioner på mine videoer også inddraget, hvorved reglerne for, hvad man må og ikke må også blev italesat.

Rules

Dette element undersøger de regler, normer eller betingelser, der påvirker, hvordan individer handler (Vahed et al., 2018, s. 4). Dette er resultatet af en social betingelse, som på BookTok er dets brugere og afspejles i det indhold, de udarbejder, samt den adfærd de udfører ift. indholdet. Derudover har TikTok nogle retningslinjer for, hvilken adfærd de tillader, og hvis indholdet eller brugernes adfærd ikke afspejler dette, fjernes videoerne eller beskederne (TikTok, 2024). Da BookTok-videoer som regel ikke bryder med disse retningslinjer, ser jeg det ikke nødvendigt at uddybe dem yderligere.

Jeg ser det relevant at sammenligne BookTok, med de lignende miljøer på YouTube (BookTube) og Instagram (Bookstagram), da der foreligger forskellige betingelser for deltagelse på de forskellige medier. På BookTube påtager skaberne sig rollen som vlogger (videoblogger), og selvom indholdet minder meget om det på BookTok, så er formatet længere og giver derfor indtryk af en samtale med en boglig ven (Reddan, 2022, s. 3-4). Dette skyldes, at de gennem interaktion med deres følgere og videoformat søger at etablere en autenticitet, der bekræfter deres identitet som

en autentisk bogelsker. Videoerne er kendetegnet ved en dagbogsæstetik, hvor de taler direkte til kameraet og bruger et uformelt sprog samt befinder sig i hjemlige omgivelser f.eks. soveværelset. Ved at tale om bøger ud fra deres egne holdninger, viser de også en identitet som læsere, der taler om en personlig smag snarere end kritikere eller fagfolk. Det er især denne måde at udtrykke deres passion for bøger, som får seerne til at blive ved med at se med (Reddan, 2022, s. 4-5). Min egen interesse for læsning voksede grundet BookTuber, Jack Edwards:

“Måden han kunne tale om bøger med en litterær stolthed men også med en charme og små sjove puns, gav ham en autenticitet og gjorde hans videoer underholdende at se. Med sin passion ville han kunne sælge mig sand i Sahara. På min mobil havde jeg efterhånden en lang liste over bøger, som han havde overbevist mig om, at jeg burde læse” (bilag 4, s. 1).

Jeg købte en bog på baggrund af hans anbefaling og elskede den, hvormed jeg fik motivation til at prøve at læse flere bøger. Nogle andre BookTubere, som jeg fulgte, var bl.a. Haley Pham, Steph Bohrer og Sarah Carrolli:

“[de] tog (...) én med undervejs i processen og delte små opdateringer undervejs, så man fik øjeblikkelige reaktioner og oplevelser (...) Jeg kunne godt lide deres ærlighed i videoerne. Hvis de begyndte på en bog, men ikke blev fanget af den, var de ikke bange for at ytre det og skifte til en anden bog. De lavede også udfordringer, f.eks. at læse i 24 timer, som var meget underholdende” (bilag 4, s. 5).

Videoer som disse, hvor de filmer i løbet af 24 timer, ville være svære at genskabe på et TikTok-format, da brugerne ofte forventer indhold af kortere varighed og med mere tempo. På Instagram er fokus på udstillingen af bøger i billedformat, f.eks. ens hjemme-bibliotek eller en udvalgt bogstak, samt selfies hvor brugeren holder sine bøger. Fokus er her på at fremkalde glæderne ved læsning gennem visualisering af bøgernes materialitet (Reddan, 2022, s. 6). Dette adskiller sig fra TikTok, hvor indholdet ikke nødvendigvis er lige så poleret som på Instagram. Det kan derfor virke mindre skræmmende at lave indhold til TikTok (Jerasa & Boffone, 2021, s. 220; Reddan, 2022, s. 9). Det skræmmende er derimod, at du ingen kontrol har over, hvilke individer der kommer til at se din video, da algoritmen deler den på et udvalgt ‘Til dig’-side. På Instagram er du derimod mere sikker på, at det bliver delt med de personer, som følger dig, hvilket kan sammenlignes med den del af startsideen på TikToks, der hedder ‘Følger’.

På YouTube og Instagram bliver brugerne i højere grad eksponeret for indhold af de profiler, som de følger, hvor det på TikTok i højere grad er tilfældigt baseret på indholdet og algoritmens vurdering af, hvad der falder i brugerens smag. Succes på TikTok er derfor i højere grad forbundet til de individuelle opslags performance frem for den enkelte brugers popularitet. Det skaber således en usikkerhed, når man som bruger udarbejder indhold, da man ikke kan være sikker på, hvorvidt den kommer til at klare sig godt eller dårligt. Her er der ikke en skabelon for at opnå visninger og interaktioner, på trods af at flere har forsøgt at dele ud af deres tips og tricks:



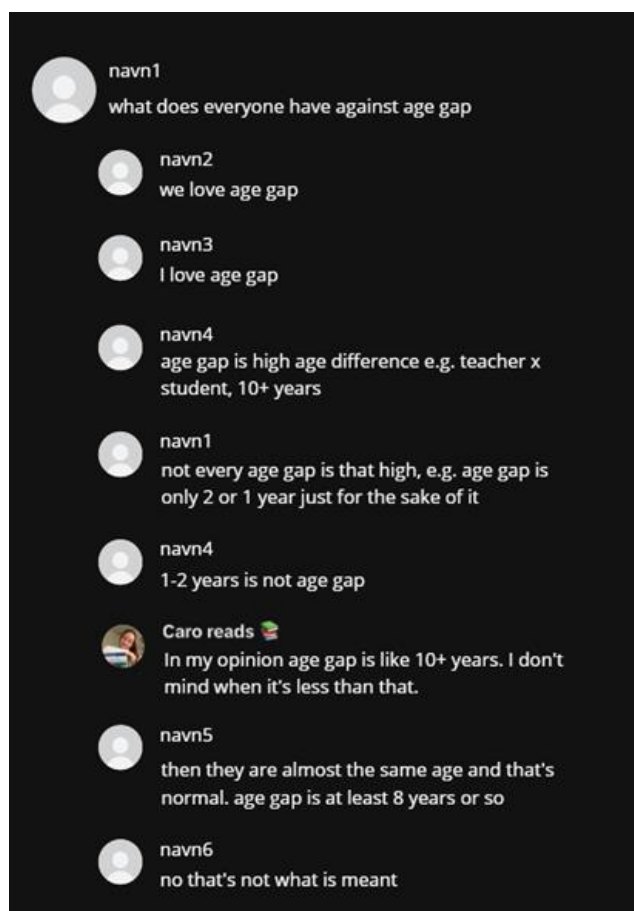
Figur 15: TikTok, Jolie Reads,
growing your booktok account

“(...) you gotta pay your dues (...) what I’ve seen work for me and other people is posting three to four times a day, you wanna space that out over a couple hours in between each post (...) the big thing is to post consistently, you set how often you’re gonna post and then you do that for at least three months before you give up or say its not working (...)” (bilag 4, s. 19).

Ovenstående eksemplificerer, hvordan Vygotskys zone for nærmeste udvikling fremstår på BookTok, hvor andre brugere, som er mere kyndige grundet, at de taler ud af personlige erfaringer og oplevelser med at få deres egne profiler til at vokse, forsøger at hjælpe ved at give råd og informationer om, hvordan TikTok fungerer. Der kan argumenteres for nogle betingelser, hvis man ønsker at ens profil vokser. Første led er at producere meget indhold, så algoritmen har mere indhold, den kan skubbe ud, hvorefter andet led afgøres af, hvorvidt modtagerne ser det og finder det interessant nok til at interagere med, hvorefter algoritmen deler det med flere brugere. Som nævnt under analysen af *object* er handlekraften hos brugerne, og der er som sådan ikke nogen regler for, hvad man må og ikke må. På BookTok er der dog opstået et særligt sprog, som kommer til udtryk i hashtags, effekter og lydfiler, og som understøtter den performative praksis med at markere at man tilhører en gruppe. Dette sprog består af forkortelser, f.eks. står 'cr' for 'current read', 'tbr' for 'to be read', 'YA' for 'young adult', 'DNF' for 'did not finish'. Termet 'tropes' er som tidligere nævnt også blevet et kendetegn, der bruges som en identitetsmarkør ift. hvilke typer bøger, man kan lide. Det er dog ikke alle som er lige indforstået med disse termer, hvilket jeg oplevede på min video, hvori jeg rangerer forskellige tropes (figur 18, bilag 4 s. 23).

“(...) mange brugere kommenterede og spurgte ind til, hvad de forskellige ‘tropes’ betød. Det indikerede både, at det måske ikke er alle, som har lige stort kendskab til termerne, og at den

sproglige barriere for nogle var en hindring. Jeg kopierede deres kommentarer ind i appen Deepl, som kunne detektere sproget, hvorefter jeg kunne skrive et svar hertil. Flere gange var der også andre brugere, som svarede på disse kommentarer på det gældende sprog. (...) Der opstod også en mindre diskussion på tysk ift., hvad der definerede age gap, hvor en bruger anså 1-2 års aldersforskel som 'age gap', hvor jeg selv og en anden mente, at der skulle være over 10 år mellem karakterene" (bilag 4, s. 24-25).



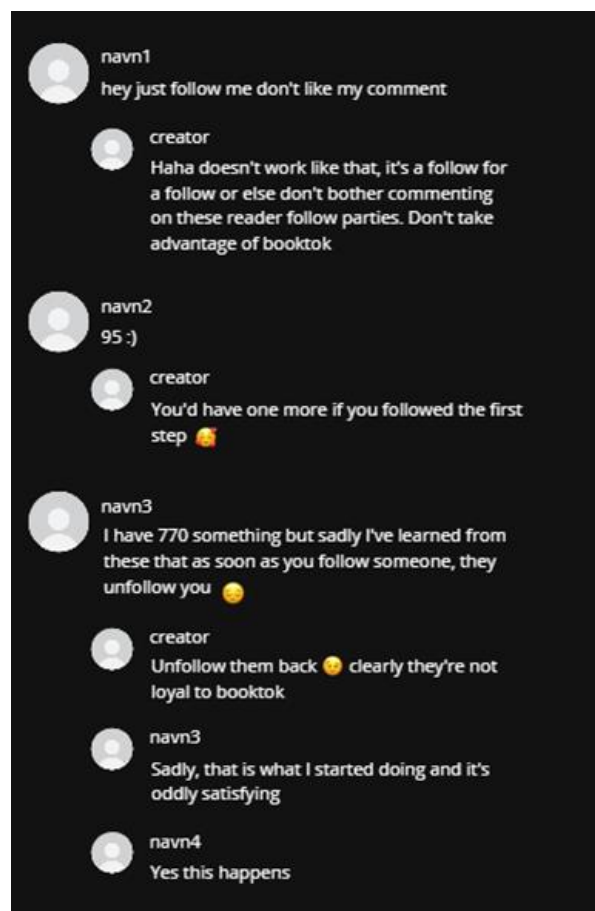
Billede 40: kommentarspor genskabt fra video (figur 18) (bilag 4, s. 25)

Eksemplet viser også, at disse definitioner ikke nødvendigvis er fastlagte, men åbne for fortolkning blandt læserne. Det er ikke termer, som brugerne skal benytte, men da meget af indholdet på BookTok anvender disse termer, gør det oplevelsen med at forstå indholdet lettere.

I forbindelse med at jeg forsøgte at få flere følgere på min BookTok-profil, fandt jeg ud af at såkaldte 'BookTok Follow-parties' var en god metode, da den indebar at man fulgte en masse personer, hvoraf mange af disse fulgte én tilbage. Her laves en video mhp. at brugerne i kommentarsporet finder andre brugere, som de kan følge. Reglen er således, at man skal følge skaberen af videoen,

lave en kommentar, følge alle dem der 'synes godt om' ens kommentar, hvorefter de skal følge en tilbage.

“Jeg fik fornemmelsen af, at BookTokere virker meget godhjertede ift. at de ønsker hinanden succes med profilerne og gennem trenden, som de er mange, der genskaber, giver mulighed for at finde andre BookTokere og få flere følgere. På et af opslagene med denne trend, lagde jeg mærke til, at skaberen af videoen var meget opmærksom på de kommentarer hun fik (...)” (bilag 4, s. 20).



Billede 41: kommentarspor genskabt fra video (bilag 4, s. 21)

Ud fra ovenstående eksempel vises, at nogle brugere forsøgte at udnytte dette til at få flere følgere uden at leve op til deres del af ansvaret, mens andre bevidst eller ubevidst glemte at følge skaberen. At skaberen konfronterer disse brugere, viser også, at der er nogle, som går meget op i, hvordan brugerne opfører sig, og hvordan der opstår nogle uskrevne regler om, hvad der anses som passende eller upassende indhold og adfærd. Den tidligere nævnte oplevelse med brugere, der diskuterede,

hvorvidt mafia er acceptabelt at omtale i skønlitteratur og særligt at kunne lide disse, kan også ses som en situation, hvor brugerne ikke er enige om reglerne.

Community

Community er de personer, hvis viden og interesser påvirker aktiviteten, hermed de andre brugere af BookTok (Vahed et al., 2018, s. 4). BookTok har en stærk appel over for unge læsere, der allerede har en positiv holdning til at læse, hvorimod dem med en negativ holdning til læsning ikke er tilbøjelige til at bruge platformen (Dera et al., 2023, s. 108). Derudover er det primært kvinder, som deltager i BookTok, men der er også mange mandlige BookTokere. Årsagen til denne kønsfordeling kan findes i, at mænd er mindre tilbøjelige til at diskutere de bøger, som de har læst, samt anbefale dem til andre eller handle pba. anbefalinger de har fået, fordi de stoler mindre på deres jævnaldrendes dømmekraft. For kvinder derimod er anbefalinger fra venner en af de vigtigste kilder til vejledning, når de skal vælge en bog at læse (Ross et al., 2006, s. 141-142). Der er forskellige grader af deltagelse på BookTok. Nogle brugere er på BookTok for at se videoer og få inspiration uden nødvendigvis at interagere med dem, hvilket kan aflæses ud fra at videoer altid har flere visninger end interaktioner. Andre brugere ser videoer og interagerer med det i form af de forskellige interaktionsmuligheder, mens andre producerer deres eget indhold og interagerer med andres.

I denne del af analysen undersøges *groups*, hermed de muligheder mediet giver sine brugere for at engagere sig og danne fællesskaber (Kietzmann et al., 2011, s. 247-248). Som tidligere nævnt er der stort potentiale i at forfattere, forlag, boghandlere eller biblioteker finder, undersøger og deltager i disse grupper, da det kan medføre en kommerciel værdi for dem. Gruppen er her BookTok, som dog også kan siges at være inddelt i mange mindre grupper baseret på f.eks. en genre, forfatter eller type af bog. Brugere har derfor mulighed for at tilslutte sig nogle undergrupper baseret på interesser eller emner, hvori de kan dele og diskutere informationer. Algoritmen viser som tidligere nævnt brugeren mere af den type indhold, denne tidligere har interageret med, hvilket hurtigt medfører, at man primært bliver eksponeret for en bestemt indholdstype og hermed afskærmet fra andet. Det betyder, at hvis brugeren er utilfreds med det indhold, denne ser, eller ønsker at se andre typer indhold, skal denne aktivt søge efter det og interagere med det indtil, algoritmen opfanger dette og inkorporerer det i brugerens "Til dig"-side.

“En søgning på TikTok viser at #romancebooks har over 2.4 mio. opslag, #thrillerbooks har over 146 tusind opslag, #scifibooks har over 57 tusind opslag, #mysterybooks har over 41 tusind opslag, #literaryfiction har næsten 25 tusind opslag, #fantasybooktok har over 472 tusind opslag, #horrorbooks har over 97 tusind opslag, #classicliterature har over 31 tusind opslag, #queerbook har over 114 tusind opslag, #selfhelpbooks har over 51 tusind opslag, #christianbooks har næsten 17 tusind opslag, #nonfiction har over 75 tusind opslag og #businessbooks har over 11 tusind opslag” (bilag 4, s. 29).

Ovenstående indikerer blot nogle af de forskellige typer indhold man kan finde, som alle kan klassificeres under BookTok, da de handler om bøger. Det er tydeligt at ‘romancebooks’ er det mest anvendte hashtag, hvilket indikerer, at der er mest indhold relateret hertil, hvormed det naturligvis også fylder mere i mængden af BookTok-indhold.

I indledningen nævnte jeg, at jeg ville omtale BookTok som et fællesskab for læsevenlighedens skyld og fordi aktivitetssystemets element tager udgangspunkt i dette ord. I artiklerne fra litteraturgennemgangen bemærkede jeg dog, at forfatterne omtaler BookTok med mange forskellige termer, heriblandt *subculture*, *culture*, *community*, *reading community*, *subcommunity*, *digital literacy community*, *digital literacy sphere*, *participation culture*, *online literacy culture*. Flere benytter både *community* (fællesskab) og *subculture* (subkultur) og til tider i samme sætning eller afsnit. Low et al. (2023) nævner f.eks. at BookTok er TikToks subkultur og italesætter senere BookTok som et fællesskab (s. 3) og hos Reddan (2022) italesættes BookTok som en TikTok subgenre, hvori der er et fællesskab (s. 7). Jerasa & Boffone (2021) italesætter BookTok, som TikTok subkulturen og som et digitalt læsefællesskab (s. 219). Der opstod derfor en forvirring om, hvad BookTok egentlig er, og hvad forskellen på disse beskrivelser er, og om de kan bruges i disse kombinationer. Jeg vil derfor gennemgå hhv. fællesskab, subkultur og partipatorisk kultur mhp. at forstå BookTok bedre.

Fællesskab

Til at definere et fællesskab vil jeg anvende Zygmunt Baumanns (2002) bog “Fællesskab - en søgen efter tryghed i en usikker verden”. Bauman mente, at individets identitetsdannelse ikke sker isoleret, men i fællesskaber, og at vi opsøger disse for at være i tryghed og sikkerhed (Bauman, 2002, s. 7-8). Vi kan dog kun opnå denne tryghed og sikkerhed, hvis vi accepterer de begrænsninger, som det medfører, heriblandt at vi indordner os de regler og præmisser, som fællesskabet har, og giver afkast

på (dele af) vores frihed. Denne frihed er individets ret til at være selvstyrende, selvhævdende og det at kunne være sig selv (Bauman, 2002, s. 10). Som beskrevet under *rules* er der ikke nogen definerede kriterier for, hvad man må og ikke må. Da handlekraften er hos brugerne, kan de i høj grad skabe, hvad end de vil og TikToks algoritme vil forsøge at dele ens indhold med brugere, der i deres adfærd har vist interesse hermed, hvilket øger sandsynligheden for at ens bidrag bliver imødekommet. Adfærden er primært styret af TikToks retningslinjer og påvirkes i høj grad af, hvad andre BookTokere deler. Det betyder, at hvis man udelukkende ønsker mange interaktioner og visninger for popularitet eller bekræftelse, kan man være nødsaget til at prioritere at læse de bøger, som er populære, da de har lettere ved at generere interaktioner. Det kan skabe et pres på skaberen, da de skal nå at læse bogen og dele deres oplevelse, inden bogens popularitet igen falder. Jeg vil samtidig argumentere for, at motivationen til at deltage i BookTok i mindre grad skyldes et ønske om tryghed og sikkerhed, og i højere grad glæden ved at læse og muligheden for at være en del af en gruppe med jævnaldrende, der deler samme passion (Martens et al., 2022, s. 716).

Bauman mener, at individets identitetsdannelse sker i fællesskaber, da det kan være ensomt og skræmmende at opbygge en identitet. Mange søger derfor æstetiske fællesskaber, som de for en periode kan være en del af for at slippe af med denne frygt (Bauman, 2002, s. 21). I takt med at brugerne oplever andres anbefalinger, læser forskellige bøger og arbejder med videoproduktion, opbygger de langsomt en identitet ift., hvad de kan lide, og hvordan de præsenterer dem selv. For æstetiske fællesskaber gælder, at de bånd, som opstår mellem deltagerne, er overfladiske, da det er underforstået og aftalt, at båndene kan fjernes igen (Bauman, 2002, s. 73). De lave barrierer for deltagelse gør, at det er nemt for udefrakommende at blive en del af fællesskabet, men også nemt at forlade igen. Ifølge Bauman garanterer nærhed ikke længere en intens interaktion, og man kan derfor ikke forvente en langsigtet interaktion (Bauman, 2002, s. 87). På TikTok skabes relationerne gennem det at følge hinanden, og hvis begge parter udfører denne handling, opstår et 'venskab' i TikToks terminologi. Dette venskab kan dog lige så hurtigt forsvinde igen, hvis den ene stopper med at følge den anden. Samtidig er relationerne overfladiske, da brugerne i mere eller mindre grad er anonyme, eftersom mediet ikke sætter krav til, at man skal oplyse informationer om én selv. Samtalerne med andre brugere er oftest enkeltstående i den forstand, at de sjældent fører til mere end et par kommentarer frem og tilbage mellem to eller flere deltagere på en video. Selvom man kan opnå en lykkerus, når en anden bruger kommenterer ens video og bekræfter ens emotionelle oplevelse (bilag 4, s. 16-17), betyder dette ikke at man nødvendigvis føler et tæt bånd til den enkelte, men derimod at man i det øjeblik er fælles om en oplevelse eller følelse.

I fællesskabet kræves loyalitet til gengæld for de tjenester, det stiller til rådighed, og alt andet en loyalitet opfattes som forræderi (Bauman, 2002, s. 9-10). Det tidligere nævnte eksempel med 'BookTok Follow-parties' under *rules*, hvori brugeren kommenterede på de brugere, der ikke opfyldte kriterierne kan illustrere dette (billede 40). Straffen for forræderi er her, at man ikke anerkender den anden som en del af fællesskabet, ved ikke at følge dem.

Ifølge Bauman er der tale om venskabelige skænderier, idet vi alle forsøger at gøre vores samhørighed endnu bedre og behagelig. Vi har altså samme ønske om at forbedre vores fælles liv, men kan være uenige om, hvordan dette bedst gøres (Bauman, 2022, s. 8). Den tidligere nævnte episode med brugerne, der forsøger at blive enige om, hvad age gap betyder, kan illustrere et sådant venskabeligt skænderi (billede 39). Skænderiet opstod, da "navn1" ikke forstod, hvorfor age gap var rangeret lavt, hvilket viste sig at være fordi denne person mente, at age gap godt bare kunne være nogle få år imellem karaktererne, hvilket andre brugere var uenige med. På BookTok har jeg også oplevet diskussioner om, at BookTok er et dårligt sted, fordi brugerne hylder dårligt skrevne bøger og at det ofte er disse bøger, som får mest opmærksomhed. En bruger har lavet en video, hvor han giver sin vinkel på dette:



Figur 21: TikTok, Daniel Alexander, discussion of BookToks legitimacy

"(...) there has been a flurry of discourse regarding BookTok and its legitimacy because of how much smut is in it, and it comes down to an advertising issues. People are confused of BookTok because it consistently hypes up incredibly poorly written novels and it's because people are confusing 'good' for 'entertaining'. Books like this [Icebreaker] are not well written literary masterpieces, they are not supposed to be, it's a sexual fantasy wrapped in the vaguest outline of plot to justify publishing, and that's okay (...) These books are reality show garbage and that's why they're so fun and why I support people reading them (...) read whatever you want" (bilag 4, s. 29).

Ud fra eksemplet og kommentarerne på videoen anerkender brugerne, at der er underholdende bøger og velskrevne bøger, og at begge ting er okay at dele. Det handler i ifølge ham om, hvad argumenterne bag folks vurderinger er ift. om bogen anbefales fordi den har underholdningsværdi eller er velskrevet. Han forsøger herigennem at bidrage til en mere behagelig oplevelse på BookTok ved at give forklaring på, hvorfor folk misforstår hinanden og hans endelig ytring om at 'læs hvad du har lyst til' søger at bekræfte modtagerne om, at de ikke skal tage disse negative holdninger til

sig. Da der som sagt ikke er nogle opstillede kriterier eller regler for, hvad brugerne må sige eller hvilke bøger, der er acceptable at rose, er denne vurdering en kontinuerlig diskussion på BookTok.

Bauman påstår, at den fælles forståelse, som former fællesskabet, er så selvindlysende og stiltiende, at den ikke bliver bemærket. Fællesskabet vil derfor ophøre i det øjeblik, hvor forståelsen bliver selvbevidst og larmende (Bauman, 2002, s. 16-17). Her ses den største modsætning til BookTok, eftersom BookTokere er meget tydelige omkring deres italesættelse af fællesskabet ifa. hashtags, der netop placerer indholdet i appens kategoriseringer samt lydfiler, der påtaler at det er en 'BookTok challenge' og dermed henvendt andre BookTokere. Derudover er mange BookTokere flittige med at skabe larm ved at kommentere på videoer, som ikke er henvendt BookTok.

“Da jeg en dag sad på TikTok, kom jeg forbi en video, der gjorde mig flad af grin. I videoen, der har fået over 6 millioner visninger og 25 tusind kommentarer, fortæller en forvirret englænder om en oplevelse han havde på TikTok. (...) I videoen, hvor han adresserer oplevelsen, siger han:



Figur 23: TikTok, imjoshfromengland2, Explain yourself right now

“So I ended up on a side of TikTok that I’ve never seen before. I’ve never witnessed anything like this in my life. I need you to explain to me what is BookTok. I was simply making a video in my suit and the comments went crazy. I did something in that video unintentionally and everybody went crazy (...) This is what I did in my last video [Han viser]. I simply took off my suspenders and everybody went wild. [1] What is BookTok. What is this side of TikTok that I’ve never heard of and I’ve never seen. It feels like a community I’m not even part of.”

I kommentarsporet er der bl.a. skrevet “Congrats. You unintentionally made a thirst trap. Bonus points for accent. Booktok loves you” (bilag 4, s. 30).

Hans profil handler primært om hans oplevelser i USA som en englænder, og der er derfor ingen indikatorer fra hans side om, at han kender til BookTok eller har interesse i at være en del af det. Ifølge Bauman ville fællesskabet aldrig gøre dette, da det ville medføre, at fællesskabet ophørte. Jeg vil derfor argumentere for, at BookTok ikke er et fællesskab ifølge Baumans definition, da en stor del af interaktionen handler om at italesætte BookTok overfor dets medlemmer, samt udefrakommende.

En passende definition ville i stedet være et virtuelt fællesskab, hvor evnen til at kommunikere er det væsentligste kendetegn ved tilhørsforholdet (Delanty, 2003, s. 170). De kan også kaldes ‘tynde’ fællesskaber, da de ikke er baseret på stærke bånd og ofte er fremmede, hvilket stemmer overens med den tidligere beskrivelse af, at brugerne ikke nødvendigvis kender meget til hinanden samt at det er nemt at gå til og fra (Delanty, 2003, s. 171). Kommunikationen er i højere grad centreret omkring de enkelte objekter end subjekterne bag, hvormed det er usandsynligt at de skaber stærke former for forpligtelse (Delanty, 2003, s. 184). Jeg oplevede dog, at jeg på min BookTok-profil i langt højere grad gennemså videoer fra siden ‘Venner’ end jeg tidligere havde gjort på min private TikTok (bilag 4, s. 13-14). Jeg følte en forpligtelse eller interesse i at interagere med de ‘venner’ jeg havde, for at udvise min støtte til dem. På min private TikTok havde jeg ikke mange ‘venner’, da jeg primært brugte profilen til at se en masse underholdning via ‘Til dig’-siden uden nogen større tilknytning.

Denne form for teknologi styrker fællesskabsnetværk, hvor de allerede findes, men skaber for det meste ikke nye former for fællesskaber (Delanty, 2003, s. 185). At tale om bøger er ikke nyt, men har forinden TikTok fundet sted på Instagram, YouTube, i bogklubber osv. Det har dog ændret måden det drives på, da brugere har lettere ved at dele deres oplevelser og bliver bemærket. Samtidig er det blevet en ting, som individer taler om i situationer udenfor BookTok, som f.eks. min veninde og jeg, der læste en bog samtidig, som vi havde fundet gennem mediet (bilag 4, s. 6) eller som to veninder, jeg overhørte på en café tale om:

“Jeg er ikke på TikTok eller BookTok, jeg ser det mere på Instagram” siger Mille og får igen min opmærksomhed rettet tilbage mod deres samtale. “Min Insta[gram] er også fyldt med book memes” fortæller Lotte, imens hun åbner appen og viser nogle til Mille (...) “jeg har en ret solid mappe med gemte boganbefalinger, og jeg interagerer næsten altid med bogvideoer. Jeg har virkelig mange book recommendations gemt, det er helt vildt”” (bilag 4, s. 32).

En anden mulig fællesskabs-definition er Wenger-Trayner & Wenger-Trayners (2015) ‘praksisfællesskaber’. Disse skabes af mennesker, der engagerer sig i en proces med kollektiv læring inden for et fælles område. Det er mennesker, der deler en bekymring eller passion for noget, de gør, og som lærer, hvordan de kan gøre det bedre (Wenger-Trayner & Wenger-Trayner, 2015, s. 1). BookTok er for nogle brugere en profession, men for de fleste skyldes deres deltagelse en hobby, hvor passionen er meget tydelig, og medlemmerne opfordrer hinanden til at dyrke denne passion endnu mere. Medlemmerne hjælper hinanden ved at diskutere situationer og ambitioner, hvormed

de fungerer som sparringspartnere, der overvejer fælles spørgsmål og udforsker ideer (Harasim, 2017, s. 158). Læsning har en masse interpersonelle og mentale fordele samtidig med at socialiseringen giver muligheder for selverkendelse og perspektivudfoldelse, som tidligere beskrevet ifm. *artifact*. Derudover er brugerne flittige til at give gode råd til, hvordan andre kan få deres profiler til at vokse, hvormed de altså ønsker hinanden succes. Medlemmerne skaber også værktøjer, effekter og lydfiler, som andre kan anvende, hvormed de hjælper hinanden til at skabe indhold. I et online praksisfællesskab er det muligt at nå ud til et større omfang medlemmer og dermed skalere interaktionen, da det er uafhængigt af tid og sted, hvilket også gør sig gældende på BookTok, der når ud til brugere i hele verden (Harasim, 2017, s. 163). Medlemmerne kan udvikle en fælles identitetsfølelse, som på BookTok viser sig, når brugerne omtaler sig selv som BookTokere. Derudover deler de ofte et fælles sprog eller sæt termer relateret til praksissen, hvilket også blev beskrevet under *rules* (Harasim, 2017, s. 162).

Et praksisfællesskab har tre karakteristikker, som er domænet, fællesskabet og den gældende praksis, og det er i udførelsen af disse, praksisfællesskabet dyrkes. Med domænet menes, at praksisfællesskabet har en identitet, som er defineret af dette fælles interesseområde og som adskiller medlemmerne fra andre mennesker (Wenger-Trayner & Wenger-Trayner, 2015, s. 2). BookToks identitet er let identificerbar grundet brugen af ordet BookTok i hashtags, lydfiler, filtre, samt brugen af bøger som kerneelement i videoerne. Fællesskabet opstår ved at medlemmerne deltager i fælles aktiviteter og diskussioner, hvor de deler informationer og hjælper hinanden. Herigennem opbygges relationer (Wenger-Trayner & Wenger-Trayner, 2015, s. 2). Den bagvedliggende aktivitet er at læse bøger, hvorefter medlemmerne på BookTok producerer indhold herom samt interagerer med andres videoer. At gøre brug af lydfiler, filtre eller følge en trend ift. opbygningen af ens video er en måde at tage del i en fælles aktivitet, da det er at gøre noget, som andre også har gjort.

Praksis henviser til at medlemmerne gennem forskellige aktiviteter udvikler nogle færdigheder ud fra erfaringer, historier og værktøjer, hvilket kræver tid og vedvarende interaktion (Wenger-Trayner & Wenger-Trayner, 2015, s. 2). Der ses her en sammenhæng med Vygotskys zone of proximal development, hvis præmis også er, at individet lærer i samspillet med andre kyndige, samt Engeströms aktivitetssystem ift. at der sker en ekspansiv cyklus, når aktivitetssystemet udvikles. Min egen anvendelse af TikTok til skabelsen af indhold har udviklet sig fra, da jeg startede til nu, men har hele tiden været præget af inspiration fra, hvad jeg har set andre brugere gøre eller de

lydfiler og effekter, der var tilgængelige. I starten filmede jeg primært videoer i et førstepersons-perspektiv, da jeg så mange af disse tendenser. Her filmede brugere deres hånd, som holder en bog og brugte forskellige overgangsmetoder til at skifte fra en bog til en anden (bilag 4, s. 9). I takt med at jeg oplevede forskellige interaktioner på mine videoer og interagerer med andre brugere, blev jeg mere komfortabel, og lavede min første video, hvor jeg sad foran kameraet. Dette blev efterfulgt af en periode med videoer, hvor jeg kun viste bøger og videoer hvor jeg sad foran kameraet, hvilket illustrerede min kreative eksternalisering. I denne periode var der ikke rigtig nogle videoer som fik mange visninger. Jeg oplevede en stilstand på min profil, da jeg ikke voksede i antal følgere. Herefter kom en periode kun med bookish-question videoer, da det igen var noget, jeg så mange andre gøre, men igen skete der ikke det helt store. Brugen af mediet blev derfor mere krævende, da jeg fulgte nøje med på hver video, jeg delte og ikke kunne forstå, hvorfor der ikke skete noget. Tanken om at skulle filme og dele op mod tre videoer dagligt i flere måneder, virkede overvældende ved siden af alt det andet jeg skulle, da det trods alt ikke var mit arbejde, samt at jeg følte at jeg også skulle nå at læse en masse bøger, hvis jeg skulle have noget spændende at bidrage med. Jeg begyndte at reflektere over, hvilken type indhold jeg egentlig så, og hvilke videoer jeg selv interagerede med (Schön, 1983, s. 59-60). Selvom dette var meget blandet, synes jeg selv, det var sjovere at lave videoer, hvor jeg sad foran kameraet, da jeg synes dette fysiske nærvær og tilstedeværelse øgede deres troværdighed. Jeg begyndte derfor at lave flere videoer, hvor jeg selv sad foran kameraet og snakkede eller anvendte en lydfil som skabelon for det, jeg viser. Denne praksis har jeg fulgt siden og har oplevet to videoer går viralt, hvormed det også har skabt noget tiltro til, at jeg kunne opnå succes ved at fortsætte denne adfærd.

Opsamling: Er BookTok et fællesskab?

Ud fra ovenstående gennemgang virker online praksisfællesskab som den bedste definition til at beskrive BookTok. Baumans beskrivelse for, hvorfor individer søger et fællesskab, tager udgangspunkt i en søgen efter sikkerhed og tryghed, hvorimod Wenger-Trayner & Wenger-Trayner fokuserer på den praksis, som dyrkes i fællesskabet og hvordan deltagerne lærer at forbedre denne. På BookTok deltager brugerne altid ud fra en interesse i læsning og at dele deres oplevelser hermed eller for at høre om andres. Denne praksis er således altid i centrum på BookTok. Sidstnævnte definition stemmer også bedre overens ift. at beskrive min egen udvikling på BookTok, hvor jeg gennem min deltagelse har fundet inspiration fra andre og derigennem forbedret min praksis. Min deltagelse og interesse i at forbedre min praksis skyldes dog også delvist undersøgelsens formål.

Subkultur

Med udgangspunkt i Dick Hebdiges (1979) bog “Subculture - the meaning of style” samt Ross Haenfler (2014) “Subcultures - the basics” vil jeg forsøge at definere, hvad en subkultur er, og hvorledes BookTok kan placeres under denne term. Subkulturer opstår som reaktion på modsigelser og forsøger at løse spændinger eller problemer i samfundet. De lærer os noget om manglerne i de samfund, hvor de opstår (Haenfler, 2014, s. 32). BookToks blev især populært under Covid-19 pandemien, hvor steder for socialt samvær og diskussioner var begrænset. Dette kombineret med tendenser i medieforbruget, herunder kort opmærksomhedsspændvidde, samt ønsket om brugerindflydelse, skabte en kombination som gjorde BookTok succesfuldt (Guehring, 2023, s. 111). Selvom pandemien havde en negativ indflydelse på fysiske boghandlere, var e-handel, digitale boghandlere og butikker, som begyndte at sælge online, med til at øge salget under pandemien, da læsning blev en måde at undgå skærme og kedsomhed (Depexe & Freitas, 2023, s. 270; Martens et al., 2022, s. 707).

Hebdige påpeger at subkulturister tager almindelige genstande og forvandler deres betydning, f.eks. i form af påklædning, opførsel og musik. Dette med formålet om både at adskille deltagerne fra det “normale” samfund og for at etablere en bestemt subkulturel identitet (Haenfler, 2014, s. 9). Når BookTokere placerer sig foran deres bogreoler, skaber og anvender effekter, lydfiler, og gør brug af hashtags eller termer, kan det forstås som en måde at forsøge og adskille sig fra det andet indhold, der også eksisterer på TikTok, uden det nødvendigvis er at forvandle almindelige genstandes betydning. BookTokere har ofte nogle overdrevne emotionelle reaktioner i deres videoer, hvormed det ‘ikke at læse’ kommer til at fremstå kedeligt eller som om, man går glip af noget.

“Jeg husker særligt at se en video fra BookToker Kierra Lewis, hvor hun hopper rundt i sit soveværelse med en bonnet på og skriger nærmest igennem hele videoen.



Figur 3: TikTok, Kierra Lewis, *The Ritual af Shantel Tessier*

*“HO-LY sh*t baby, best f*cking (...) I’ve been on TikTok, BookTok, whatever you wanna call this sh*t (...) hold on (...) I have never never in my life had a book make me feel all the f*cking emotions. One minute my kitty purring, the next minute I feel crazy, the next minute I’m crying, the next minute I’m jumping for f*cking joy [hun hopper op og ned] girl f*ck every recommendation you ever seen in your life, 90 gazillion out of 10 stars for this book. I said I wanted a journey, bitch life is a highway [hun synger] and I wanna ride you, best f*cking book ever. HELLOOOO”.*

Hold da op, hvem er dog dette?’, tænkte jeg og tog mig selv i næsten at grine højt over, hvor tosset jeg syntes, hun var. Straks gik jeg ind på hendes profil, for jeg skulle finde ud af, om hun altid var sådan, og det kunne jeg hurtigt bekræfte, at hun var. I alle videoer har hun samme energiniveau eller sidder og stortuder over for sine i dag over 1,5 mio. følgere.” (bilag 4, s. 5).

Ifølge Hebdige har alle subkulturerne samme skæbne, som er at samfundet med tiden formår at kommercialisere denne stil og musik og gøre disse elementer mainstream, hvormed deres modstandskraft begynder at dø og deres eksklusivitet fratages (Haenfler, 2014, s. 98). Jeg vil argumentere for, at BookTokere ikke ønsker at være ekskluderende, men tværtimod ønsker at flere begynder at læse og byde ind i samtalerne, da de italesætter sig i situationer udenfor BookTok. Den kulturelle adfærd på BookToks har fået materielle implikationer offline i takt med at medierne, bibliotekerne og boghandlere er begyndt at nævne og henvise til BookTok i deres fysiske fremstilling og markedsføring (Maddox & Gill, 2023, s. 2; Reddan, 2022, s. 7). Herved øges opmærksomheden på BookTok, og derigennem dets potentiale for at få flere medlemmer.

Forskellige unge bringer forskellige grader af engagement til en subkultur. Den kan være en stor og vigtig del af individets liv eller være en mindre distraktion fra hverdagens forpligtelser. Dette hænger sammen med de forskellige grader af deltagelse, som er mulige på BookTok. Hvor det for nogle bliver en fuldtidsbeskæftigelse, er det for andre en fritidsinteresse at producere nogle videoer og interagerer med andre, og for nogle er det blot et sted de besøger for inspiration eller underholdning. På trods af de forskellige grader af engagement må medlemmerne af subkulturen dele et fælles sprog (Hebdige, 1979, s. 122). Under *rules* belyser jeg, hvordan der er opstået nogle termer, som cirkulerer på BookTok, og at det ikke nødvendigvis er alle, som er lige indforstået med

disse, da betydningerne er åbne for fortolkninger (billede 39). Her er andre mere kyndige BookTokere villige til at forklare, hvad termene betyder, hvormed det også viser zonen for nærmeste udvikling (Harasim, 2017, s. 70).

En subkulturs stærkeste formål er at forstyrre normaliseringen, hvormed de repræsenterer støj i samfundet (Hebdige, 1979, s. 90). Det at læse er ikke unormalt, og det at dele sine oplevelser er heller ikke, hvormed jeg vil argumentere for en modstrid mellem BookTok og subkulturer. Derimod kan man argumentere for, at den størrelse BookTok har opnået, samt at BookTokere italesætter sig i udefrakommendes indhold på TikTok for nogle kan anses som værende støj, da de ikke har opsøgt det, men heller ikke kan undgå det. Subkulturen kan også virke mærkelig eller fjollet for udefrakommende, fordi det fremstår som en anden verden med hemmelige tegn eller ritualer (Haenfler, 2014, s. 2). Dette bemærkede jeg med videoen vist i figur 23 med englænderen, som var forvirret over reaktionerne på at han tog sine seler af. I en anden video fortæller han om en lignende episode:



“(...) I did something, I’m gonna show you now, that I did not think it would get this kind of reaction (...) This made women go crazy, I don’t know why, I’m gonna show you (...) [han læner sig op ad en væg] A lean... I simply leaned (...) apparently leaning is a thing on BookTok (...)”

Figur 24: TikTok, *imjoshfromengland2*,
Why is this a thing?! Explain to me?!

“Han forstår ikke, hvordan noget så simpelt kan skabe så stor en reaktion, men igen i kommentarerne skriver brugere bl.a. “I love how your so confused but you’re still feeding all BookTok gurlies” (...) Jeg syntes, det var så komisk, for jeg kunne sagtens se, hvad alle BookTok-kommentarerne refererede til ift. scener i forskellige bøger, som jeg havde læst. Samtidig kunne jeg også sagtens forstå, hvorfor en udefrakommende var totalt forvirret, for det virker også meget fjollet” (bilag 4, s. 31).

Den tidligere nævnte oplevelse med min video, hvori der i kommentaren opstod en diskussion ang. mafia, og hvorvidt det er acceptabelt at bøger skriver om dette og at læserne favoriserer disse bøger, kan også ses som et bevis på at udefrakommende ikke forstår eller accepterer BookTok (billede 39).

Medierne forstærker og forvrænger de begivenheder, hvori subkulturer sætter spørgsmålstegn og får dem portrætteret som 'støj', grundet en frygt eller fascination (Hebdige, 1979, s. 90-93). Herved skaber medierne en moralsk panik, hvilket er, når et betydeligt antal mennesker mener, at en gruppe eller praksis truer den sociale orden eller grundlæggende sociale ideer (Haenfler, 2014 s. 103). Der har været diskussioner af BookTok blandt BookTokere men også artikler fra udefrakommende. Disse diskussioner går bl.a. på om det har haft en positiv effekt, da brugerne formår at gøre specifikke bøger populære, hvilket har fået forlagsbranchen til at masseproducere sådanne bøger, hvormed de minder om hinanden.



Figur 19: TikTok, Ashli, are books turning into fast fashion?

“Are books becoming like fast fashion? (...) this year I can genuinely tell you that so many of the books I’ve been reading have felt like copy and paste versions of one another, and I feel as if that is because of trends that we’ve created, but we’re not to blame (...) We all like tropes, particular scenes (...) they’ve [publishers] just seen ‘oh they like these things, let’s make a thousand different versions, and then that takes away the enjoyment (...) I feel as though a lot of it has been rushed recently (...) what will sell and what will sell fast (...) I do definitely feel like recently it has been about quantity over quality (...) rather than it being ‘you take your time, you write this masterpiece, and you’ll publish it when you’re ready’” (bilag 4, s. 28).

Andre mener at kvaliteten af disse bøger er dårlig eller at der er for meget fokus på seksuelt indhold, hvormed det faktum at flere læser mister sin validitet. Det er denne diskurs som BookTokeren henviser til i figur 21, hvori han fortæller, at det er et reklameproblem ift. at disse dårlige bøger skal forstås som gode grundet deres underholdningsværdi og ikke deres litterære kvalitet. Subkulturer bør i stedet ses som frirum, hvor medlemmerne kan eksperimentere med livet, skabe nye erfaringer og danne kollektive identiteter i hverdagen (Haenfler, 2014, s. 54). Den tidligere nævnte BookToker under *artifact* fortalte om sin oplevelse med at læse bøger med seksuelt indhold, fordi det at læse om det, for var en tryk måde at udforske sine egne lyster og interesser (figur 17). Det kan også være et tilflugtssted, hvor ligesindede føler sig accepteret (Haenfler, 2014, s. 18). Som tidligere beskrevet ifm. *object* har dark romance fået meget opmærksomhed på BookTok på trods af, at brugerne anerkender at det i mange situationer udenfor BookTok ville være upassende at tale om. På BookTok har det derimod muliggjort at brugere, som kan lide at læse dette, kan finde ligesindede, hvormed de kan udfolde denne interesse.

Opsamling: Er BookTok en subkultur?

På baggrund af ovenstående gennemgang er det muligt at argumentere for, at BookTok er en subkultur, da der blandt medlemmerne fremgår en stolthed eller interesse i at identificere sig med denne gruppe og adskille sig fra andet TikTok-indhold i visualiseringen og brugen af sprog, lyde og effekter. Jeg vil dog argumentere for, at definitionen af en subkultur har fokus på, at den opstår med intentionen om at forstyrre normalisering og repræsentere støj, samt at kommercialiseringen ødelægger denne modstandskraft, og at dette ikke stemmer overens med BookTok, der netop opfordrer andre til at deltage. BookTok opstod på baggrund af manglen på socialt samvær under Covid-19 pandemien og aktiviteten bag interaktionerne på BookTok er at læse, som er en meget almindelig aktivitet. Det er primært BookTokers overdrevne måde at udtrykke sig på, som medfører, at udefrakommende ser dette som unormalt, samt de bøger som læses, der skaber en negativ reaktion i medierne.

Participatorisk kultur

Med udgangspunkt i Henry Jenkins (2009) bog "Confronting the Challenges of Participatory Culture" vil jeg beskrive, hvad en participatorisk kultur er, og om BookTok kan placeres under denne term. Jenkins forklarer at en participatorisk kultur opstår mellem tre tendenser: nye teknologier, som gør det muligt at arkivere, kommentere og tilgå medieindhold, populariseringen af en gør-det-selv-medieproduktion og økonomiske tendenser, som favoriserer at indhold spredes over mange forskellige mediekkanaler (Jenkins, 2006, s. 135-136). TikTok som medie har gjort det muligt for hverdagsmennesker at være producenter af indhold, da det samler optagelse og redigering af indhold ét sted, som også er der, hvor alt publiceret indhold kan tilgås. Det er således også på TikTok, at brugerne kan interagere med alt dette indhold. Det bidrager til en mere flydende forståelse af deltagelse, som kaldes *produsage*, der kombinerer produktion og brug og udføres af brugere gennem kollaborativ skabelses- og genskabelsesproducenter (Jenkins et al., 2013, s. 183). Endeligt er det let at bringe TikTok indhold ud af appen gennem dets delingsfunktion og selve BookTok som fænomen er let at integrere i andre medier eller udenfor. TikTok som platform fordrer derfor en participatorisk kultur.

Jenkins opstiller nogle kriterier for en participatorisk kultur. Den første er relativt lave barrierer for kunstnerisk udfoldelse og samfundsengagement, som på BookTok gør sig gældende, da TikTok som analyseret har lave barriere for deltagelse og muliggør mange måder, hvorigennem brugerne kan udtrykke sig. I en participatorisk kultur er det ikke nødvendigt at alle medlemmer bidrager, men

de skal tro, at de kan, hvilket på TikTok også gælder da man kan bidrage gennem skabelsen af indhold eller blot interaktionen med andres. Dernæst indebærer det en stærk støtte til at skabe og dele kreationer med andre (Jenkins, 2009, s. 5). Grundet TikToks brugergrænseflade er det nemt at interagere med andre brugeres indhold gennem de funktionsmuligheder, som altid er tilgængelige. Brugere kan skabe og genskabe indhold med de elementer der eksisterer, heriblandt lydfiler og effekter, og når flere brugere gør dette, opstår der en genkendelighed med indholdet. Da BookTokere er aktive med at interagere med hinanden og gerne giver råd til, hvordan brugere kan forbedre deres profiler, vil jeg argumentere for at det er et støttende miljø. Jenkins' tredje kriterium er et uformelt mentorskab, hvor de mest erfarne deler denne viden til nybegyndere (Jenkins, 2009, s. 6), hvilket henviser til Vygotskys zone for nærmeste udvikling (Vygotsky, 1986, s. 191). I forlængelse af førnævnte er der BookTokere, som deler deres erfaringer og råd til andre ift. hvordan de har fået deres profiler til at vokse, men det er ikke nødvendigvis de mest erfarne, der deler dette, eller nybegynderne som modtager det.

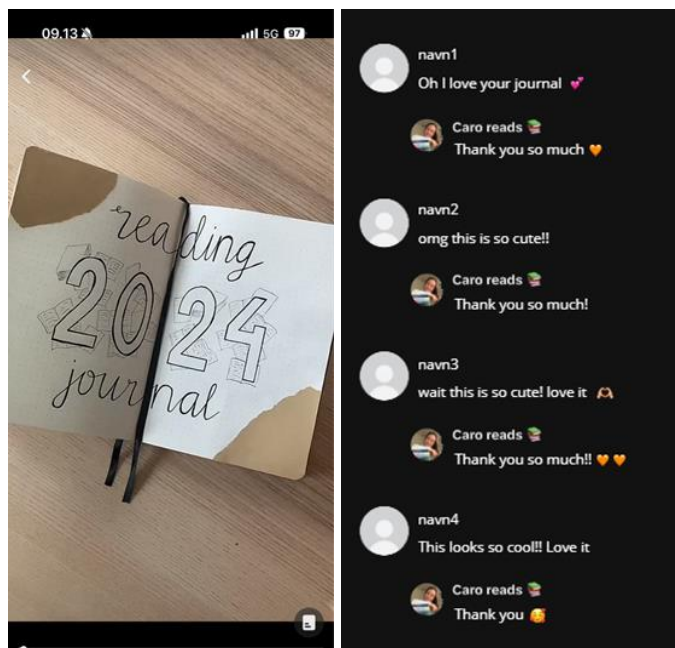
Det fjerde kriterium er, at medlemmerne mener, at deres bidrag betyder noget, hvilket indikerer den primære motivation på BookTok, som er at man vil dele sine oplevelser i håbet om, at nogen ser der og kan identificere sig med det, man viser eller siger. Da BookTok er blevet så stort, kan man til tider føle, at ens indhold forsvinder i mængden, og nogle gange klarer det sig dårligt ift. ikke at få mange visninger eller interaktioner, hvilket kan være demotiverende. Hvorvidt brugere føler, at bidraget betyder noget, er individuelt, men for mig selv kunne en enkelt bekræftende kommentar være nok til at validere min video, så jeg beholdt den tilgængelig, på trods af at den ikke nødvendigvis havde mange visninger.

Det sidste kriterium er at medlemmerne føler en vis grad af social forbindelse med hinanden og bekymrer sig om, hvad andre mennesker mener om det, de har skabt (Jenkins, 2009, s. 6). Når man skaber indhold mhp. at deltage i de samtaler, der eksisterer på mediet, medfører det også et ønske om, at det man har at sige, bliver taget godt imod. En situation, hvor jeg lavede en video og håbede, at andre brugere ville se det og rose det kan ses i nedenstående eksempel:

*“Første gang jeg virkelig mærkede en følelse af, at mit indhold blev set, var på min video fra 5. januar, hvor jeg viser min reading journal for 2024. Videoen har over 6000 visninger (...)
Det er over dobbelt så mange visninger som min hidtil mest sete video*



Figur 10: TikTok, Caro reads,
Reading journal 2024 flip through



Billede 42: Skærbillede fra video (figur 10) og genskabte kommentarer

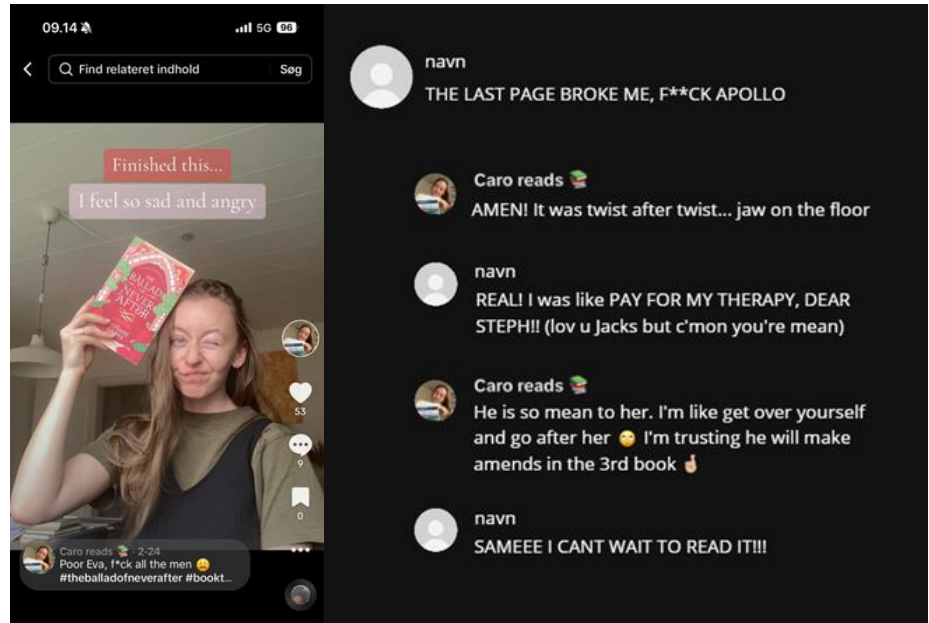
Jeg havde brugt virkelig lang tid på at lave min reading journal. Det tager lang tid at forberede, hvordan man ønsker den skal se ud, da det krævede inspirationssøgning på TikTok, Pinterest og Youtube, og bestemme, hvilke sider der skulle komme hvornår, samt tegne hele skabelonen op med blyant først (...) Det var derfor utrolig bekræftende at få så mange søde kommentarer, og jeg blev så taknemmelig, hver gang jeg modtog en ny!” (bilag 4, s. 12).

At modtage så mange positive kommentarer var som beskrevet meget bekræftende. Selvom BookTok kan ses som et middel til selvudfoldelse, kan brugernes anerkendelse af ens indhold forstærke de følelser og oplevelser, man gennemgår. Jeg oplevede flere gange, at jeg delte en video, hvor jeg forsøgte at udtrykke de følelser, som en bog havde givet mig:

*“Efter at have læst bog nr. 2 var jeg, ligesom med Iron Flame, fuldstændig i chok over det plottwist, der skete, og mit hjerte gjorde ondt for hovedkarakterne. (...) Jeg var rasende over, hvad der var sket, og skulle ud med min frustration, så hurtigt som muligt. Jeg valgte at lave et opslag, der bestod af et billede af mig med bogen og beskrivelsen “Poor Eva, f*ck all the men”. I kommentarsporet var der heldigvis en bruger, som delte min oplevelse og virkede mindst lige så ophidset over handlingen, eftersom vedkommende skrev i store bogstaver. Hun ramte lige ind i den samme følelse jeg sad med ift. vrede over den mandlige karakterer, og at hovedpersonen mildest talt var en skovl for ikke at kæmpe mere for den kvindelige karakter” (bilag 4, s. 17).*



Figur 14: TikTok, Caro reads,
After finishing *The Ballad of
Never After*



Billede 43: Skærbillede fra video (figur 14) og genskabte kommentarer

I eksemplet er det ikke så meget indholdet, jeg søger værdsættelse på, men derimod den følelse, som jeg beskriver, jeg gennemlever. Her opstod en social forbindelse til en anden bruger, der også var meget udtryksfuld. Det er dog en forbindelse, som kun eksisterer i den givne videos kommentarspor og således ikke noget, der flyttes herfra og over i kommentarsporet på andre videoer eller privatsamtaler. Generelt er de sociale forbindelser der opstår meget overfladiske og er oftest kun tilknyttet en given video. Der er ikke udviklet nogle stærkere relationer til andre brugere, og kun nogle få skiller sig ud i den forstand, at det er nogle jeg er ekstra opmærksomme på, når de deler nye videoer eller interagerer med mit indhold. Jeg har dog bemærket, at særligt to brugere kommenterede mange af mine videoer, og at jeg også har interageret mere med dem, og at vi flere gange også har skrevet nogle private beskeder frem og tilbage. Disse samtaler er dog altid centreret omkring nogle BookTok-videoer, hvor bekendtskabet ikke flytter sig ud over dette.

Jenkins nævner forskellige former for participatorisk kultur, hvoraf BookTok kan tilknyttes *expressions* og *circulations* (Jenkins, 2009, s. 9). Førstnævnte handler om at deltagerne producerer nye kreative former, hvilket opstår gennem de forskellige trends, lydfiler, effekter, sproglige termer m.m. som brugerne benytter til at formidle deres egne oplevelser med. Sidstnævnte handler om at brugerne former strømmen af medier, hvilket BookTok også har formået. Da indholdet på platformen er brugergeneret, er det primært hverdagsmennesker, som producerer indhold. I takt med at mængden af deltagere er vokset så meget og nogle brugere har fået mere status, har BookTok fået betydelig indflydelse på forlagsbranchen. Det er nu i højere grad almindelige mennesker som

påvirker andre menneskers købsadfærd gennem anbefalinger af nye såvel som gamle bøger, hvor det førhen afhang mere af forlagsbranchens evne til at markedsføre udvalgte bøger. Dette understreger også, hvordan vi bevæger os væk fra en verden, hvor nogle producerer og andre forbruger, til en verden, hvor alle har en mere aktiv rolle i den kultur, der produceres, da det er blevet nemmere at skabe indhold og interagere med andres, hvormed man indirekte også påvirker indholdet (Jenkins, 2009, s. 12).

Opsamling: Er BookTok en participatorisk kultur?

Jeg vil argumentere for at BookTok er en participatorisk kultur, da det kan leve op til Jenkins fem kriterier. Ved participatorisk kultur er der fokus på den aktive deltagelse, hvor medlemmerne ikke blot er passive forbrugere, men aktive skabere og delere af indhold. Det er således herigennem at medlemmerne bidrager til en kulturel produktion og formår at promovere bøger og læsning i sådan en grad at omverdenen reagerer på det.

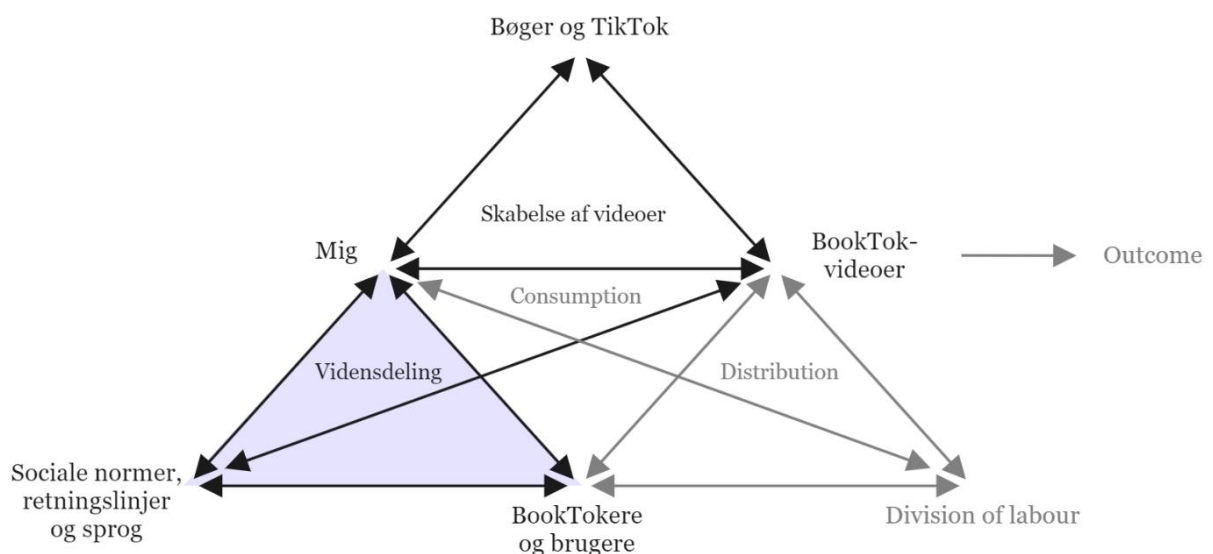
Opsamling på *Community* - hvad er BookTok?

Det er svært at konkludere, at BookTok tilhører én af de gennemgåede grupper. Årsagen til at det er svært at klassificere, hvad BookTok er, skyldes, at niveauet af deltagelse kan variere meget alt efter den enkelte bruger. Jeg vil argumentere for, at BookTok ikke er et fællesskab ifølge Baumanns definition, da BookTokere er meget bevidste om og højtråbende omkring BookTok og ønsker at blive bemærket, hvilket modstrider Bauman, der mener at fællesskabet er stiltiende for netop at undgå dette. Der kan argumenteres for at det er et 'tyndt' virtuelt fællesskab, da man på TikTok i højere grad interagerer med objekterne end subjekterne, og da man ikke har stærke bånd med andre BookTokere. Der kan dog være BookTokere, som i høj grad dyrker personlige relationer og interagerer meget med enkelte brugere og måske har flyttet disse relationer over i andre medier. For sådanne brugere ville argumentationen for et 'tyndt' virtuelt fællesskab fejle. Der kan argumenteres for et praksisfællesskab, da brugerne deler en passion for læsning og at tale om dette. BookTokere hjælper hinanden ved både at give inspiration til hvordan de kan forbedre deres læsning ift. hvilke bøger de bør læse, men også ift. hvordan de kan opnå flere interaktioner på deres indhold. Jeg er dog ikke sikker på om denne læring er alle brugeres motivation til at deltage. Der kan også være brugere, som udelukkende ser indholdet for underholdningsværdi eller tidsfordriv og aldrig interagerer med det, hvormed BookTok for dem ikke udgør et praksisfællesskab. Der kan argumenteres for en subkultur, da medlemmerne dyrker en fælles identitet, som udefrakommende ikke forstår. Alligevel er BookTok ikke opstået med en interesse om at forstyrre normaliseringen,

da den primære aktivitet er almindelig. Hertil kan man argumentere for, at den overdrevne måde at tale om bøger og det faktum at særligt bøger med seksuelle temaer er blevet populære er en måde at normalisere denne interesse. Der kan argumenteres for at BookTok er en participatorisk kultur, da det kan leve op til Jenkins fem kriterier, men dette er kun hvis man producerer indhold til BookTok. Selvom Jenkins påpeger at alle medlemmer ikke nødvendigvis skal bidrage, bygger hans fjerde og femte kriterier på, at man bidrager med noget, og at andre interagerer med dette. Praksisfællesskabet og participatorisk kultur er de termer, som fremhæver hhv. interaktionen, hvori medlemmernes viden øges og medlemmernes produktion af og interaktion med indhold, hvormed jeg finder disse termer bedst til at beskrive BookTok.

Opsamling på *Exchange*

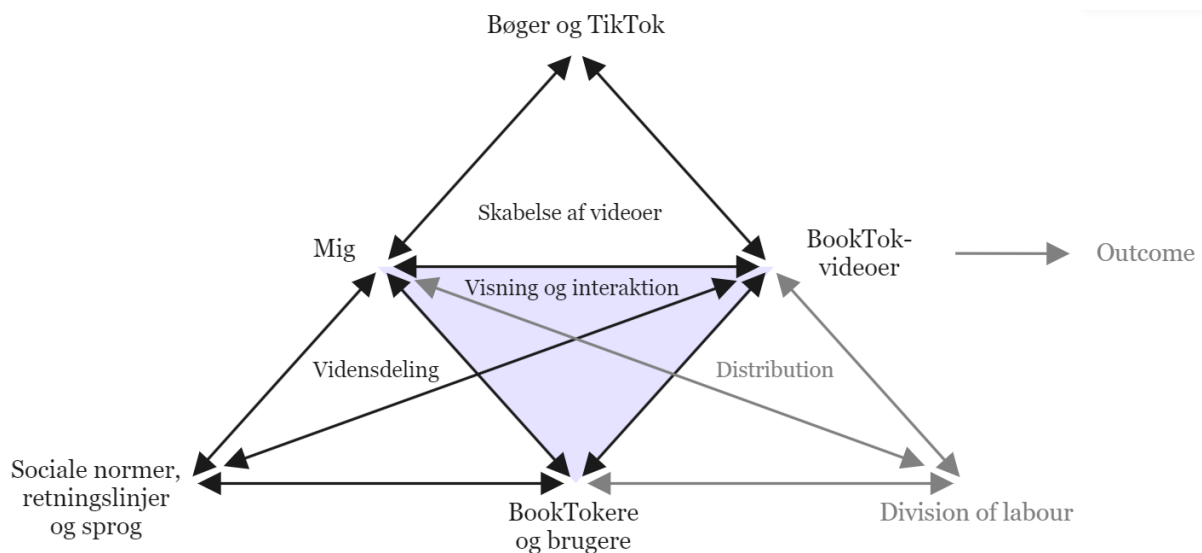
Det er nu muligt at samle op på aktivitetssystemets trekant angående *exchange*, der handler om at forholdet mellem subjektet og fællesskabet er medieret gennem regler (Vahed et al., 2018, s. 4). Ved at se, hvordan andre laver BookTok-indhold og reagerer herpå, har jeg øget mit eget kendskab til, hvordan jeg selv kan lave videoer og opføre mig. Jeg har forsøgt at give indblik i nogle af de underliggende forventninger, der er blandt BookTokere ift. hvordan man opfører sig overfor andre, hvordan man får sin profil til at vokse, samt hvordan kommunikationen forløber sig ift. brugen af forkortelser og tropes. Som sagt er der ikke strenge krav for deltagelsen, hvilket også må være årsagen til at det har fået så mange brugere, da det er forholdsvis nemt at blive en del af BookTok. Aktivitetssystemets elementer kan nu udfyldes.



Model 11: Activity System exchange, udfyldt, egen illustration

Opsamling på *Consumption*

Det er også muligt at uddybe aktivitetssystemets trekant henvendt *consumption*. Denne del handler om at forholdet mellem videoerne (*object*) og mig (*subject*) er medieret gennem fællesskabet, da det er dem som ser indholdet (Vahed et al., 2018, s. 4). Jeg har forsøgt at give indblik i nogle af de oplevelser, som jeg har haft med mine egne videoer, og hvordan de blev modtaget af andre BookTokere. Hvor en video gav mig følelsen af at have succes, fordi den er blevet set af flere hundrede tusinde, har jeg med andre videoer følt succes, når brugere har interageret i kommentarerne og enten bekræftet mine følelser eller anerkendt mig pba. min videos indhold eller intention. Det var her vigtigt for mig at fremstå tilstedeværende ved at interagere med alle de brugere, som kommenterede mine videoer.



Model 12: Activity System consumption, udfyldt, egen illustration

Division of labour

Division of labour er uddelegeringen af arbejde, magt og status blandt medlemmerne i fællesskabet (Vahed et al., 2018, s. 4). Som tidligere beskrevet er betingelserne for at deltage på TikTok lave, da alle med en smartphone og internet kan tilgå appen og producere indhold her. Alle brugere kan skabe lydfiler eller effekter, som herved fremgår som skabeloner, andre brugere kan anvende. Et eksempel kan ses nedenfor med min video, hvor lydfilen siger, at man skal vise en bog for hver farve i regnbuen.



Figur 11: TikTok, Caro reads, Rainbow challenge

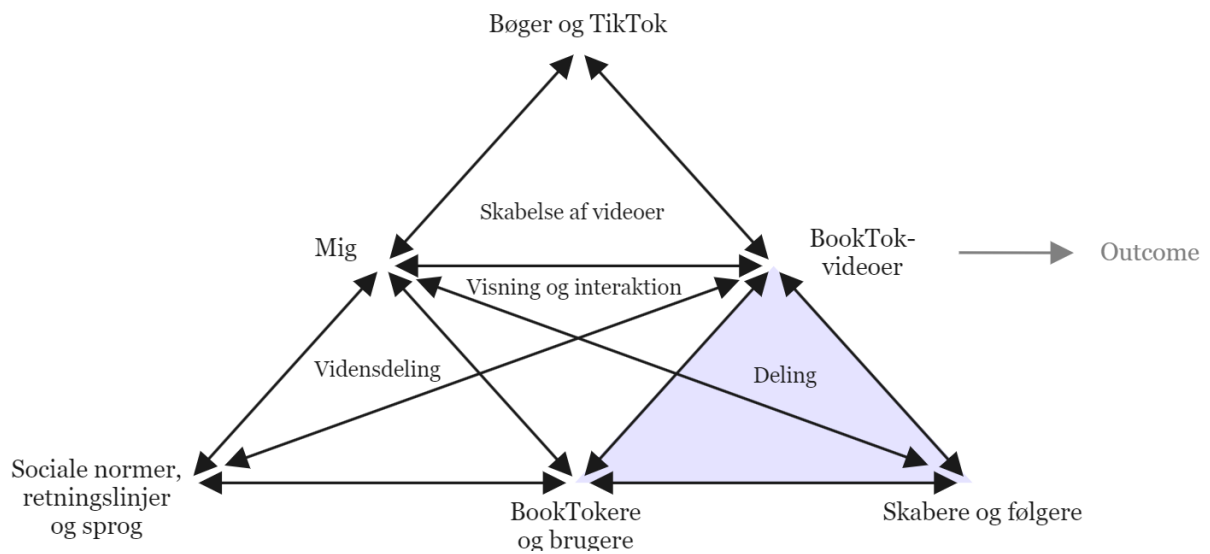
Disse skabeloner er således en hjælp til andre skabere ift. inspiration til, hvad de kan lave videoer om. Nogle gange bliver disse populære ift. at brugere der har anvendt det har fået mange interaktioner, hvormed det kan starte en trend. Andre brugere bliver her inspireret til også at lave deres udgave med den givne lyd eller effekt i håbet om også at opnå denne store mængde interaktion samt tage del i trenden.

BookTok drives primært af hverdagsmennesker, men forfattere, boghandlere og butikker er også at finde på appen. Arbejdet på BookTok kan deles op således at der er nogle, som er indholdsskabere og herved står for at producere og dele videoindhold, hvor andre er følgere eller seere, der interagerer med indholdet gennem likes, kommentarer og delinger. Der er nogle brugere, som deltager grundet en interesse i at dele sine boglige oplevelser, hvor det for andre bliver et arbejde, de kan leve af, hvilket medbringer nogle krav til mængden af indhold, de skal producere. For forfattere eller boghandlere kan brugen af BookTok være et sted midt imellem, da det bliver en måde, de kan brande dem selv i håbet om et kommercielt udbytte. Nogle af disse hverdagsmennesker har opnået mere berømmelse i form af følgere og et højt interaktionsniveau, hvilket kan medføre at forlag eller forfattere begynder at henvende sig i håbet om, at de vil hjælpe med at markedsføre nogle bøger. Nogle af disse brugere opnår hermed mere status, hvormed flere personer bliver tilbøjelige til at tage imod deres anbefalinger. Jack Edwards havde f.eks. lavet en BookTok-video, hvori han taler om en bog, som bagefter hans video blev delt, gik fra at være nr. 1848 på Amazon til at være nr. 1 og udsolgt (bilag 3, s. 3). Dette viser, hvor meget indflydelse disse influencere kan have. Det er dog ikke et fællesskab, hvor status medfører, at man kan træffe nogle beslutninger eller definere nogle regler. Alle kan derimod lave det indhold, de ønsker.

Opsamling på *Distribution*

Det er nu også muligt at samle op på aktivitetssystemets sidste trekant *distribution*. Denne omhandler forholdet mellem disse BookTok-videoer (*object*) og fællesskabet, og er medieret gennem uddelegeringen af arbejdet ift. hvordan aktiviteterne distribueres mellem medlemmerne

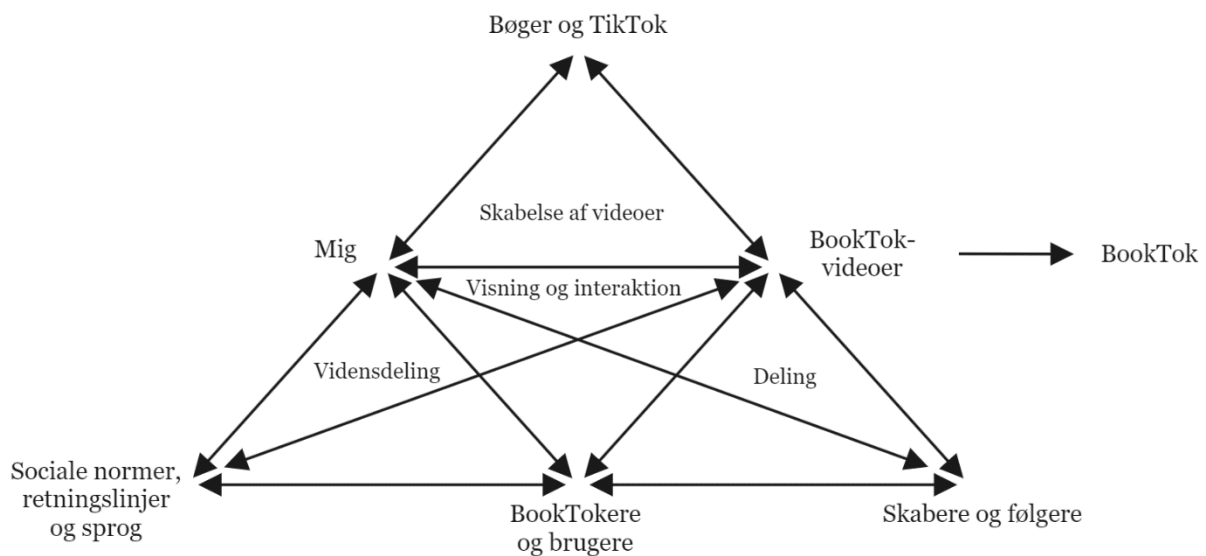
(Vahed et al., 2018, s. 4). Hvis der ikke var nogle, som udviklede disse lydfiler eller effekter, ville der ikke være nogle skabeloner, som andre brugere kunne anvende. Der tilskrives ikke en legitim magt, når brugere opnår status, men de er mere tilbøjelige til at kunne influere andre brugeres adfærd. På samme måde har fællesskabet mere magtudøvelse, hvis det står sammen ift. at jo flere der anbefaler en bog, jo større er chancen også for at andre brugere køber disse, da det øger troværdigheden til at denne bog er god men også grundet et ønske om, at kunne være en del af samtalen.



Model 13: Activity System distribution, udfyldt, egen illustration

Opsamling på Activity System

Det endelige aktivitetssystem for BookTok kan nu visualiseres som nedenstående:



Model 14: Activity System udfyldt for BookTok, egen illustration (Engeström, 2014, s. 63)

BookTok som aktivitetssystem viser, hvordan jeg (subject) bruger TikTok platformen og bøger (artifact) til at deltage i de samtaler der er på BookTok (outcome). Dette gør jeg ud fra de sociale normer, retningslinjer og det sprog, jeg ser eksisterer (rules) og som er skabt af andre BookTokere (community). Arbejdet er delt op mellem skabere, følgere, og platformens algoritme (division of labour), hvoraf nogle udarbejder skabeloner i form af lydfiler og effekter, som andre kan bruge, hvilket skaber en kompleks og interaktiv dynamik, der driver aktiviteten på BookTok. På baggrund af mine videoer har jeg haft forskellige oplevelser med BookTokere og brugere, hvoraf nogle har meget kendskab til det jeg taler om, andre er usikre på nogle af områderne, mens andre er uforstående overfor budskabet. Ved at placere BookTok i Engeströms aktivitetssystem er der opnået en bedre forståelse for de forskellige elementer og deres interaktioner, som finder sted i processen med at skabe indhold.

Bidrag

Litteraturreviewet viste en mangel på undersøgelse af de interpersonelle oplevelser, som jeg mener kun en deltagende aktør kan fremkalde, da mange af de specifikke oplevelser, som jeg i processen har haft, ville være svære at beskrive eller genkalde med andre dataindsamlingsmetoder. Denne undersøgelse har således bragt nye perspektiver til forståelsen for BookTok, gennem sin autoetnografiske metode, og vist hvordan deltagelsen i et digitalt miljø påvirkes af de sociale faktorer, som omkranser miljøet. Metoden har gjort det muligt at komme bagom deltagelsen på BookTok og giver indsigt i oplevelser, som man ikke ville kende til, hvis ikke man selv anvendte mediet. Dette er både gode oplevelser, som de følelser og reaktioner det frembringer når en video går viralt, som dårlige, når f.eks. ens arbejde med at optage og redigere videoer for at forberede indhold går tabt, fordi appen kræver en opdatering, hvormed dette slettes. Ved brug af en metode, hvor situationer beskrives som de udspiller sig, frem for via en senere genkaldelse eller forklaring, opnås også et mere detaljeret og sandt indblik i disse oplevelser og følelser, som situationerne fremkaldte. Jeg har forsøgt at beskrive disse, så læseren kan forestille sig situationen. Hvor undersøgelser af BookTok har haft fokus på dets positive implikationer, har jeg således forsøgt at nuancere dette billede ved også at give indblik i de udfordringer og bekymringer, som opleves i deltagelsen og brugen af mediet. Jeg har samtidig givet en forståelse for, hvordan produktionen og deltagelsen i BookTok er en kollektiv proces, hvor brugerne former sproget, trendsne og de sociale normer og lader sig inspirere og influere af hinanden.

Konklusion

Denne undersøgelse har haft problemformuleringen:

Hvordan kan fællesskabet på BookTok undersøges og forstås mhp. de overvejelser og elementer, som indgår i processen med både at skabe indhold og interagere med andre brugere, men også for at føle sig som en del af fællesskabet?

Ud fra en autoetnografisk metode har jeg undersøgt BookTok og fået personlige oplevelser med brugen af mediet og andre medlemmer af fællesskabet. Disse oplevelser er analyseret og gennemgået ud fra aktivitetssystemet, som visualiserede, hvordan processen med at skabe indhold og interagere med andre er påvirket af de sociale normer, retningslinjer og det sprog, der er skabt af andre fællesskabets medlemmer og hvordan disse kommer til udtryk i BookTok-videoer og interaktioner.

Litteraturliste

- Anderson, L. (2006). Analytic autoethnography. *Journal of Contemporary Ethnography*, 35(4), 373-395. <https://doi.org/10.1177/0891241605280449>
- Are, C. (2022). An Autoethnography of automated powerlessness: lacking platform affordances in Instagram and TikTok account deletions. *Media, Culture & Society*, 45(4), 822-840. <https://doi.org/10.1177/01634437221140531>
- Atay, A. (2020). What is Cyber of Digital Autoethnography? *International Review of Qualitative Research*, 13(3), 267-279. <https://doi.org/10.1177/1940844720934373>
- Bauman, Z. (2002). *Fællesskab: en søgen efter tryghed i en usikker verden*. Hans Reitzel
- Birke, D. (2021). Social Reading? On the Rise of a “Bookish” Reading Culture Online. *Poetics Today*, 42(2), 149-172. <https://doi.org/10.1215/03335372-8883178>
- Boffone, T., & Jerasa, S. (2021). Toward a (Queer) Reading Community: BookTok, Teen Readers, and the Rise of TikTok Literacies. *Talking Points*, 33(1), 10-16. <https://doi.org/10.58680/tp202131537>
- Broeder, P., & Stokmans, M. (2013). Why should I read? - A cross-cultural investigation into adolescents’ reading socialisation and reading attitude. *International Review of Education*, 59(1), 87-112. <https://doi.org/10.1007/s11159-013-9354-4>
- Cerretani, J. F. (2023). Do I Belong on TikTok? Algorithmography and Self-Making. *Teaching Anthropology*, 12(1), 36-47. <https://doi.org/10.22582/ta.v12i1.681>
- Cooper, R., & Lilyea, B. V. (2022). I’m Interested in Autoethnography, but How Do I Do It? *The Qualitative Report*, 27(1), 197-208. <https://doi.org/10.46743/2160-3715/2022.5288>
- Currenti, M. (2023). TikTok as a Marketing Tool in the Hands of Publishers. *Logos*, 34(1), 24-37. <https://doi.org/10.1163/18784712-03104056>

- Davis, J. L., & Chouinard, J. B. (2017). Theorizing Affordances: From Request to Refuse. *Bulletin of Science, Technology & Society*, 36(4), 241-248.
<https://doi.org/10.1177/0270467617714944>
- Delanty, G. (2003). *Community*. Routledge
- Den Danske Ordbog (DDO). (u.å.). 'meme'. I *Den Danske Ordbog, Det Danske Sprog- og Litteraturselskab*, <https://ordnet.dk/ddo/ordbog?query=meme>
- Depexe, S., & dos Santos Freitas, M. J. (2023). "Tá, tá movimentando": a indústria editorial e o TikTok no Brasil. *Comunicacao Midia a Consumo*, 20(58), 265-284.
<https://doi.org/10.18568/cmc.v20i58.2802>
- Dera, J., Brouwer, S., & Welling, A. (2023). #BookTok's appeal on ninth-grade students: An inquiry into students responses on a social media revelation. *Journal of Adolescent & Adult Literacy*, 67(2), 99-110. <https://doi.org/10.1002/jaal.1303>
- Dezuanni, M., Reddan, B., Rutherford, L., & Schoonens, A. (2022). Selfies and shelfies on #bookstagram and #booktok – social media and the mediation of Australian teen reading. *Learning, Media and Technology*, 47(3), 355–372.
<https://doi.org/10.1080/17439884.2022.2068575>
- Ellis, C. (2004). *The ethnographic I: A methodological novel about autoethnography*. AltaMira Press
- Ellis, C., Adams, T. E., & Bochner, A. P. (2011). Autoethnography: An Overview. *Historical Social Research*, 36(4), 273-290. <https://doi.org/10.17169/fqs-12.1.1589>
- Engeström, Y. (1999). Activity theory and individual and social transformation. I Y. Engeström, R. Miettinen & R.-L. Punamäki (red.), *Perspectives on Activity Theory* (ss. 19-38). Cambridge University Press
- Engeström, Y. (2014). *Learning by Expanding: An Activity-Theoretical Approach to Developmental Research* (2. udg.). Cambridge University Press.
<https://doi.org/10.1017/CBO9781139814744>

- Engeström, Y. (2018). Expansive Learning. I K. Illeris (red.), *Contemporary Theories of Learning - Learning Theorists ... In Their Own Words* (2. udg., ss. 46-65). Routledge.
<https://doi.org/10.4324/9781315147277>
- Fujita, N., & Brett, C. (2008). Rethinking analysis of progressive discourse in online learning: An activity theory perspective. *Proceedings of the 8th International Conference on International conference for the Learning Sciences – ICLS 2008*, 1, 248-256.
<https://dlnext.acm.org/doi/abs/10.5555/1599812.1599841>
- Garrett, J. J. (2011). The Skeleton Plane. I J. J. Garrett, *The Elements of User Experience: User-Centered Design for the Web and Beyond* (2. udg., ss. 106-131). New Riders
- Geertz, C. (1973). Thick Description: Toward an Interpretive Theory of Culture. I C. Geertz, *The interpretation of cultures: selected essays* (ss. 3-30). Basic Books
- Guehring, K. (2023). From BookTok to Bookshelf: Algorithms and Book Recommendations on TikTok. Master's thesis, *The University of Bergen*. <https://bora.uib.no/bora-xmloi/handle/11250/3072775>
- Guiñez-Cabrera, N., & Mansilla-Obando, K. (2022). Booktokers: Generating and sharing book content on TikTok. *Comunicar*, 30(71), 119–130. <https://doi.org/10.3916/C71-2022-09>
- Haenfler, R. (2014). *Subcultures: The basics*. Routledge
- Harasim, L. (2017). *Learning Theory and Online Technologies* (2. udg.). Routledge
- Hebdige, D. (1979). *Subculture*. Routledge
- Jenkins, H. (2006). Interactive Audiences? The “Collective Intelligence” of Media Fans. I H. Jenkins, *Fans, bloggers, and gamers: exploring participatory culture* (ss. 134-151) New York University Press
- Jenkins, H. (2009). *Confronting the Challenges of Participatory Culture*. The MIT Press
- Jenkins, H., Ford, S., & Green, J. (2013). *Spreadable Media - Creating Value and Meaning in a Networked Culture*. NYU Press

- Jensen, J. F. (1998). 'Interactivity' - Tracking a New Concept in Media and Communication Studies. *Nordicom Review*, 12(1), 185-204
- Jerasa, S., & Boffone, T. (2021). BookTok 101: TikTok, Digital Literacies, and Out-of-School Reading Practices. *Journal of Adolescent & Adult Literacy*, 65(3), 219–226.
<https://doi.org/10.1002/jaal.1199>
- Jerrim, J., & Moss, G. (2019). The link between fiction and teenagers' reading skills: International evidence from the OECD PISA study. *British Educational Research Journal*, 45(1), 181-200. <https://doi.org/10.1002/berj.3498>
- Kietzmann, J. H., Hermkens, K., McCarthy, I. P., & Silvestre, B. S. (2011). Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media. *Business horizons*, 54(3), 241-251. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2011.01.005>
- Levine, S. L., Cherrier, S., Holding, A. C., & Koestner, R. (2022). For the love of reading: Recreational reading reduces psychological distress in college students and autonomous motivation is the key. *Journal of American College Health*, 70(1), 158-164.
<https://doi.org/10.1080/07448481.2020.1728280>
- Low, B., Ehret, C., & Hagh, A. (2023). Algorithmic imaginings and critical digital literacy on #BookTok. *New Media & Society*, 1-18. <https://doi.org/10.1177/14614448231206466>
- Mack, K., McDonnell, E. J., Findlater, L., & Evans, H. D. (2022). Chronically Under-Addressed: Considerations for HCI Accessibility Practice with Chronically Ill People. *Proceedings of the 24th International ACM SIGACCESS Conference on Computers and Accessibility (ASSETS '22)*, 9, 1-15. <https://doi.org/10.1145/3517428.3544803>
- Maddox, J., & Gill, F. (2023). Assembling "Sides" of TikTok: Examining Community, Culture, and Interface through a BookTok case. *Social Media + Society*, 9(4), 1-12.
<https://doi.org/10.1177/20563051231213565>
- Martens, M., Balling, G., & Higgason, K. A. (2022). #BookTokMadeMeReadIt: young adult reading communities across an international, sociotechnical landscape. *Information and Learning Science*, 123(11/12), 705-722. <https://doi.org/10.1108/ILS-07-2022-0086>

- Merga, M. K. (2017). What motivates avid readers to maintain a regular reading habit in adulthood? *Australian Journal of Language and Literacy*, 40(2), 146-156.
<https://doi.org/10.1007/BF03651992>
- Merga, M. K. (2021). How can Booktok on TikTok inform readers' advisory services for young people? *Library & Information Science Research*, 43(2), 1-10.
<https://doi.org/10.1016/j.lisr.2021.101091>
- Morville, P., & Callender, J. (2010). *Search Patterns: Design for Discovery*. O'Reilly
- Newton, G., & Southerton, C. (2023). Situated Talk: A method for reflexive encounter with #donorconceived on TikTok. *Media International Australia*, 186(1), 66-80.
<https://doi.org/10.1177/1329878X211064646>
- Nicoll, K. (2023). Using BookTok and Bookstagram as an Author. *Logos*, 34(1), 38-43.
<https://doi.org/10.1163/18784712-03104057>
- Olave, M. A. T. (2020). Book love. A cultural sociological interpretation of the attachment to books. *Poetics*, 81, 1-11. <https://doi.org/10.1016/j.poetic.2020.101440>
- Reddan, B. (2022). Social reading cultures on BookTube, Bookstagram, and BookTok. *Synergy*, 20(1), 1-12. <http://slav.vic.edu.au/index.php/Synergy/article/view/597>
- Schön, D. A. (1983). *The Reflective Practitioner: How Professionals Think in Action*. Routledge
- Southerton, C. (2021). Lip-syncing and Saving Lives: Healthcare Workers on TikTok. *International Journal of Communication*, 15, 3248-3268.
<https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/16900/3498>
- TikTok (2024, 17 april). *Principper for fællesskabet*. <https://www.tiktok.com/community-guidelines/da/community-principles>
- Vahed, A., Mtapur, O., Ross, A., & Searle, R. (2018). Research as Transformation and Transformation as Research. I E. Bitzer, L. Frick, M. Fourie-Malherbe & K. Pyhältö (red.), *Spaces, journeys and horizons for postgraduate supervision* (ss. 315-3342). Sun Press
- Vygotsky, L. (1986). *Thought and language*. The MIT Press

Wenger-Trayner, E., & Wenger-Trayner, B. (2015). *Introduction to communities of practice - a brief overview of the concept and its uses*, <https://www.wenger-trayner.com/introduction-to-communities-of-practice>

Wiederhold, B. K. (2022). BookTok Made Me Do It: The Evolution of Reading. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 25(3), 157-158.
<https://doi.org/10.1089/cyber.2022.29240.editorial>

Bilagsoversigt

Bilag 1: Litteratursøgning og resultater

Bilag 2: Litteraturreview

Bilag 3: Autoetnografisk data (se vedhæftede)

Bilag 4: Autoetnografi

Bilag 5: TikToks wireframes

Bilag 6: Litteraturgodkendelse

Bilag 1: Litteratursøgning og resultater

Database	Søgeord	Begrænsninger	Antal resultater	Dato for søgning	Bemærkning
ACM Digital Library	BookTok		4	7. februar	Forskningsemner var ikke relevante
ProQuest	BookTok	Peer Reviewed Document type: Article	31	7. februar	
Sage Journals	BookTok	Article type: Research article	9	7. februar	
Academic Search Premier	BookTok	Peer Reviewed	3	7. februar	
Scopus	BookTok	Search within: article title, abstract, keywords	14	7. februar	
Google Scholar	BookTok	“allintitle” % inkluder henvisninger	ca. 69	7. februar	Mange er universitetsrapporter, henvisninger eller på et andet sprog end engelsk.
ACM	TikTok AND autoethnography		15	8. februar	Enten nævnes TikTok eller Autoetnografi kun én gang, men er ikke fokus for teksterne.
SageJournals	TikTok AND autoethnography	Article type: Research article	16	8. februar	Ikke relevante
ProQuest	TikTok AND autoethnography	Peer reviewed	26	8. februar	Ikke relevante
Google Scholar	TikTok AND autoethnography		ca. 1350	8. februar	
Google Scholar	TikTok AND community AND influence		ca. 40.900	8. februar	

Bilag 2: Litteraturreview

Kilde	Database & søgeord	Om	Type og sider	Relevans (citering fra Google Scholar, Peer review fra AUB)
Dezuanni, M., Reddan, B., Rutherford, L., & Schoonens, A. (2022). Selfies and shelfies on #bookstagram and #booktok – social media and the mediation of Australian teen reading. <i>Learning, Media and Technology</i> , 47(3), 355–372. https://doi.org/10.1080/17439884.2022.2068575	Scopus “BookTok”	Hvordan selfies og billeder af bøger bidrager til bogkultur og læsning på hhv. Instagram og TikTok.	PDF 19 sider	Peer Reviewed Citeret af 16
Jerasa, S., & Boffone, T. (2021). BookTok 101: TikTok, Digital Literacies, and Out-of-School Reading Practices. <i>Journal of Adolescent & Adult Literacy</i> , 65(3), 219–226. https://doi.org/10.1002/jaal.1199	Scopus “BookTok”	Hvordan TikTok som, udenfor skole læsepraksis, kan øge læsning i skoler.	PDF 8 sider	Peer Reviewed Citeret af 84
Merga, M. K. (2021). How can Booktok on TikTok inform readers’ advisory services for young people? <i>Library & Information Science Research</i> , 43(2), 1-10. https://doi.org/10.1016/j.lisr.2021.101091	Scopus “BookTok”	Hvad hashtags fortæller om BookTok-samfundet. Hvilke forfattere, bøger og temaer der promoveres på TikTok.	PDF 10 sider	Peer Reviewed Citeret af 77
Dera, J., Brouwer, S. & Welling, A. (2023). #BookTok's appeal on ninth-grade students: An inquiry into students responses on a social media revelation. <i>Journal of Adolescent & Adult Literacy</i> , 67(2), 99-110. https://doi-org.zorac.aub.dk/10.1002/jaal.1303	Scopus “BookTok”	Hvorvidt elever i niende klasse er tilbøjelige til at bruge BookTok, både i og uden for undervisnings-sammenhænge.	PDF 12 sider	Peer Reviewed
Depexe, S., & dos Santos Freitas, M. J. (2023). "Tá, tá movimentando": a indústria editorial e o TikTok no Brasil. <i>Comunicacao Midia a Consumo</i> , 20(58), 265-284. DOI: 10.18568/CMC.V20I58.2802	Scopus “BookTok”	Hvordan BookTok påvirker forlagsbranchen i Brasilien. Hvordan BookTokers opdaterer konceptet om ‘shared reading’	PDF 20 sider	Portugisisk
Currenti, M. (2023). TikTok as a Marketing Tool in the Hands of Publishers. <i>Logos</i> , 34(1), 24-37. https://doi-org.zorac.aau.dk/10.1163/18784712-03104056	Academic Search Premier “BookTok”	Hvorfor BookTok har indflydelse på bogsalg og hvordan forlæggerne reagerer.	PDF 14 sider	Peer Reviewed

Wiederhold, B. K. (2022). BookTok Made Me Do It: The Evolution of Reading. <i>Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking</i> , 25(3), 157-158. https://doi.org.zorac.aub.aau.dk/10.1089/cyber.2022.29240.editorial	Academic Search Premier "BookTok"	Hvordan BookTok har øget og påvirket læsning og bogsalg.	PDF 2 sider	Peer Reviewed Citeret af 17
Boffone, T. & Jerasa, S. (2021) Toward a (Queer) Reading Community: BookTok, Teen Readers, and the Rise of TikTok Literacies. <i>Talking Points</i> , 33(1), 10-16. https://www.proquest.com/scholarly-journals/toward-queer-reading-community-booktok-teen/docview/2605656607/se-2	ProQuest "BookTok"	Fremkosten af TikTok-litteratur og hvordan teenagelæsere bruger det til at skabe et rum centreret om queer YA-litteratur.	PDF 7 sider	Peer Reviewed Citeret af 20
Martens, M., Balling, G. & Higgason, K. A. (2022). #BookTokMadeMeReadIt: young adult reading communities across an international, sociotechnical landscape. <i>Information and Learning Science</i> , 123(11/12), 705-722. DOI: 10.1108/ILS-07-2022-0086	ProQuest "BookTok"	Hvordan unge mennesker bruger TikTok til at skabe læseridentiteter og bidrager til online læsefællesskaber og promovering af bøger og læsning.	PDF 18 sider	Peer Reviewed Citeret af 10
Guiñez-Cabrera, N., & Mansilla-Obando, K. (2022). Booktokers: Generating and sharing book content on TikTok. <i>Comunicar</i> , 30(71), 119-130. https://doi.org/10.3916/C71-2022-09	ProQuest "BookTok"	Accepten og brugen af TikTok til at skabe indhold om bøger.	PDF 12 sider	Peer Reviewed Citeret af 14
Low, B., Ehret, C. & Hagh, A. (2023). Algorithmic imaginings and critical digital literacy on #BookTok. <i>New Media & Society</i> , 0(0), 1-18. https://doi.org/10.1177/14614448231206466	Sage Journals "BookTok"	Hvordan algoritmisk bevidsthed og spekulationer påvirker produktion på digitale platforme.	PDF 18 sider	Peer Reviewed
Maddox, J. & Gill, F. (2023). Assembling "Sides" of TikTok: Examining Community, Culture, and Interface through a BookTok case. <i>Social Media + Society</i> , 9(4), 1-12. https://doi.org/10.1177/20563051231213565	Sage Journals "BookTok"	Hvilket diskursivt arbejde metaforen "side" gør for at beskrive onlinefællesskaber.	PDF 12 sider	Peer Reviewed
Reddan, B. (2022). Social reading cultures on BookTube, Bookstagram, and BookTok. <i>Synergy</i> , 20(1). http://slav.vic.edu.au/index.php/Synergy/article/view/597	Google Scholar "BookTok"	Hvilke muligheder læsere har for at engagere sig i bøger på digitale sociale medieplatforme.	PDF 12 sider	Citeret af 18
Guehring, K. (2023). From BookTok to Bookshelf: Algorithms and Book Recommendations on TikTok. <i>The University of Bergen</i> . https://bora.uib.no/bora-xmliui/handle/11250/3072775	Google Scholar "BookTok"	Hvad der adskiller BookTok fra andre digitale platforme og gør det muligt for den at have kulturel indflydelse, som	PDF 132 sider	<i>Er en Master Thesis. Brugt til inspiration til andre kilder og teorier</i>

		rækker ud over det online bogfællesskab.		
Nicoll, K. (2023). Using BookTok and Bookstagram as an Author. <i>Logos</i> , 34(1), 38-43. https://doi-org.zorac.aub.aau.dk/10.1163/18784712-03104057	Google Scholar "BookTok"	Fordelene ved BookTok- og Bookstagram-fællesskaberne for forfattere, og hvordan de kan bruge platformene til at engagere sig med læsere og promovere deres arbejde.	PDF 6 sider	Peer Reviewed
Mack, K., McDonnell, E. J., Findlater, L. & Evans, H. D. (2022). Chronically Under-Addressed: Considerations for HCI Accessibility Practice with Chronically Ill People. <i>Proceedings of the 24th International ACM SIGACCESS Conference on Computers and Accessibility (ASSETS '22)</i> . Association for Computing Machinery, 9, 1-15. https://doi-org.zorac.aub.aau.dk/10.1145/3517428.3544803	ACM "TikTok AND autoethnography"	Undersøger, hvordan HCI har 'behandlet' mennesker med kroniske sygdomme mhp medicinsk sporing eller behandling snarere end tilgængelighed, via collaborativ autoetnografi.	PDF 15 sider	Citeret af 11
Are, C. (2022). An Autoethnography of automated powerlessness: lacking platform affordances in Instagram and TikTok account deletions. <i>Media, Culture & Society</i> , 45(4). 822-840. https://doi-org.zorac.aub.aau.dk/10.1177/01634437221140531	Sage Journals "TikTok AND autoethnography"	Undersøger hvilke barrierer på TikTok og Instagram møder brugere, der poster nøgenhed og seksualitet, gennem digital autoetnografi.	PDF 19 sider	Peer Reviewed Citeret af 12
Cerretani, J. F. (2023). Do I Belong on TikTok? Algorithmography and Self-Making. <i>Teaching Anthropology</i> , 12(1). 36-47. https://doi.org/10.22582/ta.v12i1.681	Google Scholar "TikTok AND autoethnography"	TikToks anvendelighed som et sted for selvopdagelse og læring gennem digital etnografi.	PDF 12 sider	Peer Reviewed
Newton, G. & Southerton, C. (2023). Situated Talk: A method for reflexive encounter with #donorconceived on TikTok. <i>Media International Australia</i> , 186(1), 66-80. https://doi.org/10.1177/1329878X211064646	Google Scholar "TikTok AND autoethnography"	Hvordan vi kan engagere os i følsomme samtaler om donorbefrugtning med brug af TikTok gennem collaborativ autoetnografi	PDF 15 sider	Peer Reviewed Citeret af 5

Southerton, C. (2021). Lip-syncing and Saving Lives: Healthcare Workers on TikTok <i>International Journal of Communication</i> , 15, 3248-3268. https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/16900/3498	Google Scholar “TikTok AND autoethnography”	Hvad man kan lære om ‘infodemic’ (misinformation under pandemi) fra eksisterende sundheds-informationsdelings-fællesskaber og skabere på TikTok.	PDF 21 sider	Peer Reviewed Citeret af 48
Olave, M. A. T. (2020). Book love. A cultural sociological interpretation of the attachment to books. <i>Poetics</i> , 81. 1-11. https://doi.org/10.1016/j.poetic.2020.101440	Dezuanni et.al., 2022	Hvorfor mennesker læser og samler på bøger, når der er så mange andre informations-kilder og historiefortællinger tilgængelig.	PDF 11 sider	Peer Reviewed Citeret af 27
Jerrim, J. & Moss, G. (2019). The link between fiction and teenagers’ reading skills: International evidence from the OECD PISA study. <i>British Educational Research Journal</i> , 45(1). 181-200. https://doi.org/10.1002/berj.3498	Merga, 2021	Om der er sammenhæng mellem at læse forskellige typer tekst og unge menneskers læsepræstation.	PDF 20 sider	Peer Reviewed Citeret af 138
Levine, S. L., Cherrier, S., Holding, A. C., & Koestner, R. (2022). For the love of reading: Recreational reading reduces psychological distress in college students and autonomous motivation is the key. <i>Journal of American College Health</i> , 70(1). 158-164. https://doi.org/10.1080/07448481.2020.1728280	Merga, 2021	Om fritidslæsning er gavnligt for den mentale sundhed, når man går på college, og hvad der motiverer fritidslæsning.	PDF 7 sider	Peer Reviewed Citeret af 30
Merga, M. K. (2017). What motivates avid readers to maintain a regular reading habit in adulthood? <i>Australian Journal of Language and Literacy</i> , 40(2). 146-156. https://doi.org/10.1007/BF03651992	Merga, 2021	Hvad der motivere ivrige læsere til at fastholde en regelmæssig læsevane som voksne.	PDF 11 sider	Peer Reviewed Citeret af 53
Birke, D. (2021). Social Reading? On the Rise of a “Bookish” Reading Culture Online. <i>Poetics Today</i> , 42(2). 149-172. https://doi.org/10.1215/03335372-8883178	Reddan, 2022	Hvordan bogkultur “gøres” på internettet, for at forstå deres socialitet.	PDF 24 sider	Peer Reviewed Citeret af 23

Bilag 3: Autoetnografisk data (se vedhæftede)

Af hensyn til personlige oplysninger og ytringer fra andre BookTokere er dette dokument vedhæftet for ikke at blive offentligt tilgængeligt i AAUs projektbibliotek.

Bilag 4: Autoetnografi

Hvor det hele startede

"Jeg har også virkelig svært ved at falde i søvn for tiden, men jeg ved jo også godt, at det er, fordi jeg ligger og glør ind i min telefon lige inden, jeg skal sove" siger jeg og tager en bid af hønsesalaten. *"Ellers så skal du prøve at gøre som mig"* siger min far. I december 2021 er vi på en af vores månedlige brunch-ure, en tradition vi startede både for samværet, men også fordi mad altid har været en fælles interesse, og brunch som koncept har så mange forskellige fortolkninger. *"Jeg læser jo hver aften, når jeg går i seng, så bliver mine øjne så trætte, at jeg til sidst bliver nødt til at lægge bogen fra mig, for at jeg ikke får den i hovedet"* fortsætter han med et grin, som også får mig til at grine. *"Nogle dage når jeg måske kun 5 sider, før mine øjne simpelthen ikke kan mere, og andre gange er min bog så spændende, at jeg har svært ved at lægge den fra mig"*. Min far har altid læst bøger. Han er typen, hvor halvdelen af hans ønskeliste er krimibøger. Jeg har i længere tid gerne ville i gang med at læse noget mere, men når jeg endelig har tid til at sætte mig ned, er det som regel YouTube eller Netflix, der vinder kampen om min opmærksomhed. Det er ikke første gang, han foreslår, at jeg skal læse, når jeg går i seng, men det er alligevel som om, det er første gang, jeg rigtig overvejer, hvad han siger.

Nogle uger forinden havde YouTube vundet min opmærksomhed, og her faldt jeg over en video fra BookTuberen Jack Edwards, som med sin uddannelse i litteratur deler ud af sin passion for bøger og læsning. Måden han kunne tale om bøger med en litterær stolthed men også med en charme og små sjove puns, gav ham en autenticitet og gjorde hans videoer underholdende at se. Med sin passion ville han kunne sælge mig sand i Sahara. På min mobil havde jeg efterhånden en lang liste over bøger, som han havde overbevist mig om, at jeg burde læse. I en af hans videoer præsenterer han *The Song of Achilles* af Madeline Miller med ordene:



Figur 1: YouTube, Jack in the books, 'the 5 best books i've read in 2021 (so far)

"It is a mythical retelling (...) This is a great place to start, because this book is really assessable, it treats all the mythical figures as characters in the book which introduces them from scratch, as if you've never heard of them before (...) This is a love story but also a story of battle, and friendship and legacy and I really really thoroughly enjoyed it, it will rip your heart into tiny pieces and so if that's what you into get your hands on a copy of this book, but I'm just warning you that this bit here [markerer den sidste del af bogen] may get soaked with your tears because it's really sad"

I en senere video kaldet “i read tiktoks most popular books – can booktok be trusted??” fortæller han igen om bogen:



Figur 2: YouTube, Jack Edwards, i read tiktok's most popular books - can booktok be trusted??

“(...) this book is brilliant, talented, amazing, showstopping. I’m pretty sure they actually invented the chef kiss just to describe this book, like this is one of my favorite books of all time (det siger meget fra én, der læser over 100 bøger om året) this book will rip your heart into tiny pieces, and you will enjoy every damn second of it (...) I know that so many people will be intimidated by this book because it’s about mythology, which can be seen as elites or confusing but I promise you this is so accessible (...) if this is the Song of Achilles i wanna join the choir (...) this is one of the easiest five stars I’ve ever given, I would invent a sixth star just for this book”

Okay, hvad mere skal han sige? Jeg valgte selvfølgelig at stole på ham og købte bogen. Rigtig nok var den en smule svær at komme i gang med, da jeg forinden ikke havde læst meget skønlitteratur, især ikke på engelsk eller om mytologi. Jeg kastede mig ud i bogen, men den endte på hylden... indtil den dag, hvor jeg var til brunch med min far. Den aften blev mobilen skiftet ud med en bog. Jeg kunne mærke, jeg var klar, og jeg satte et mål om at læse mindst et kapitel om dagen.

Ved siden af min uddannelse på Aalborg Universitet, hvor jeg læste en bachelor i Kommunikation og Digitale Medier, arbejdede jeg som Shift Supervisor på Starbucks i Skalborg. En af mine medarbejdere, en 15-årig pige med det længste og flotteste røde hår, læste også bøger. Hun var altid en smule stille, men når først snakken handlede om bøger, var hun ikke til at stoppe igen. Hun kunne altid fortælle om en ny bog, hun havde siddet oppe til midt på natten for at læse færdig. Hun var ved at læse den næstsidste bog i Bridgerton-serien, som var udkommet på dansk måneden før. *“Amen den serie er så god”,* siger hun og fniser. *“De er 8 børn i familien Bridgerton og hver bog tager udgangspunkt i en ny person, hvor man så får deres kærlighedshistorie, den sidste udkommer en gang til marts”.* Jeg kendte godt serien, for året før var sæson 1 udkommet på Netflix, og jeg så den på få dage. En serie der historisk foregår i 1800-tallets England, men som ikke lader sig låse af samfundets daværende opdeling, dronningen er f.eks. en sort kvinde, hvis mand er død. En dag efter arbejde gik jeg igennem Bilka, man skal igennem Bilka for at komme ud ad personaleindgangen, og stoppede op i deres bogafdeling. På hylden så jeg de første 5 bøger i serien og skiltet ‘Køb 2 for 99 kr.’. ‘Øhm hvad, det er jo for godt til at være sandt’, tænkte jeg og tog straks de første to bøger under armen og gik til kassen. De efterfølgende vagter gik vores samtaler med, at jeg opdaterede hende på, hvor langt jeg var kommet i bogen, hvorefter vi begge jublede over, hvor gode, vi synes, bøgerne var, og hun prøvede ikke at afsløre handlingen. Det

var en kæmpe motivationsfaktor for mig, at vi kunne bruge vores vagter til at opdatere hinanden på, hvad vi hver især havde læst, og med tiden begyndte jeg også at låne nogle af hendes bøger.

Min tid på YouTube gik også med at se videoer fra en YouTuber, som laver Bullet Journaling, en æstetisk metode, hvor man designer og tegner sin egen dagbog til at organisere og planlægge sit liv, laver to-do-lister og kalendere, og hvad end man har brug for at notere. Hver måned tegnes et nyt design, og der opstilles vane-trackere og humør-trackere m.m. Noget jeg også selv havde kastet mig ud i at prøve, men som jeg ikke fik noget ud af, da det var af rent æstetiske årsager, jeg lavede det, frem for af et praktisk behov for skriftligt at notere mit liv. I forlængelse af dette fandt jeg derimod konceptet Reading Journaling, hvor formålet er at notere ens læsning, lave anmeldelser af bøger m.m. På YouTube, Pinterest og TikTok fandt jeg flere inspirationsbilleder og -videoer pba. en søgning på "reading journal". Ud fra disse startede jeg en reading journal i 2022, hvor jeg dagligt noterede, hvis jeg havde læst, lavede anmeldelser af bøger og havde en 'bingo'-plade med diverse udfordringer, heriblandt at læse en bog med en mandlig forfatter, læse en hel serie osv. Alt dette for at øge min motivation for at bevare en læserutine, og det virkede. Jeg gik fra aldrig at læse i min fritid til, at jeg læste mine første 2 bøger i december 2021, 26 bøger i 2022, og 35 bøger i 2023.



"Far prøv at gætte, hvor mange bøger jeg har nået at læse i år?", "åh det ved jeg godt nok ikke, 10?" svarer han. "26" siger jeg mens smilet hurtigt spreder sig på mit ansigt. Hans øjne fordobles i størrelse og med et halvt-host-halvt-grin får han sagt: "okay, sådan, det er squ godt gået". Selvom min far og jeg aldrig har haft problemer med at finde samtaleemner, har det kun bidraget med mere indhold til vores snakke. Selvom han læser krimier, og jeg primært læser romantik på dette tidspunkt, kan vi nu alligevel

sidde og få meget tid til at gå med at diskutere forfattere, serier, genre og generelt dele de læseoplevelser, som vi er midt i. Jeg har flere gange kastet mig ud i at købe bøger til ham med hjælp fra ekspedienterne i Bog & idé. *“Jeg ved han godt kan lide Jussi bøger, Sara Blædel og generelt krimier, hvor de er gode til at beskrive lokationerne, gerne i Skandinavien. Han kan godt lide at kunne se stederne for sig, hvor det foregår”* er altid min forklaring, når jeg skal have hjælp. Han kan godt lide at blive overrasket, og der er noget spændende, men også nervepirrende i at give en bog i gave, og så de efterfølgende gange spørge *“er du begyndt på den endnu?”*, *“hvad synes du om den?”*, *“er den god”* med risiko for at den ikke faldt i god jord. Heldigvis har det oftest været en succesoplevelse med de bøger, jeg har købt.

På universitet begyndte samtalerne med en af mine veninder også at handle om bøger. Selvom vi ikke læste de samme bøger, kunne vi nemt bruge tid på at dele forskellige læseoplevelser, anmeldelser af bøger og diskutere Jack Edwards' videoer, hun så dem nemlig også, *“Men jeg synes altid han snakker dårligt om de bøger, jeg faktisk godt kunne lide”* fortalte hun, og vi begyndte at grine, *“Så jeg tror bare ikke vi deler samme smag”*. Jeg havde ELSKET The Song of Achilles og gav den 5 stjerner i min anmeldelse. Han havde ret, historien var så god, sød, og meget sørgelig. De sidste 50 sider var som en rutsjebane, og ligesom med en rutsjebane er det slut, før man er klar: *“Go,” she says. “He waits for you.”*. Jeg sad tilbage i min sofa med et ømt hjerte og vidste ikke, hvad jeg skulle gøre af mig selv nu, hvor eventyret var slut. Jeg læste med det samme det sidste kapitel igen, for jeg var ikke klar til at give slip.

På baggrund af den succes jeg havde med Jack Edwards anbefaling, kastede jeg mig ud i flere af hans anbefalede bøger: My Sister is a Serial Killer, Frankenstein, On Earth We're Briefly Gorgeous, Luster Convenience Store Woman, men ingen af bøgerne kunne give mig den følelse og oplevelse som The Song of Achilles havde formået. Jeg kunne simpelthen ikke genkalde de oplevelser, han udtrykte at have haft med dem i sine videoer. Tværtimod blev jeg faktisk skuffet over bøgerne og utilpas over de historier, de fortalte, og de liv karakterne levede. Det blev langsomt tydeligt for mig, at måden han læste bøger på, og de historier, han var tiltrukket af, historier om personer med udfordrende liv, ikke var det samme, som jeg søgte. Jeg ville have søde og sjove kærlighedshistorier. Min liste over bøger, som han havde anbefalet, blev kortere og kortere, og jeg stoppede med at se alle hans videoer, som en trofast fan. I stedet begyndte jeg kun at se de videoer, som i titel eller forhåndsbilledet havde en underholdningsværdi for mig eller viste nogle bøger, som jeg også havde læst, da jeg jo selvfølgelig gerne ville høre hans vurdering af dem, selvom de oftest var meget anderledes fra min vurdering. Han synes f.eks. at Normal People er en fantastisk fortælling, hvor jeg synes det er en kedelig og frustrerende

bog, da karakterne kunne have løst alle deres problemer, hvis bare de kunne åbne munden og tale sammen.

Min veninde og jeg begyndte at dele ud af andre BookTubere, og her var det bl.a. Haley Pham, Steph Bohrer og Sarah Carroli, som vi begge var begyndt at se. Deres litterære interesser mindede mere om de bøger, jeg ledte efter, og hvor Jack Edwards ofte fortalte om bøgerne, efter han havde læst dem, tog Haley, Steph og Sarah én med undervejs i processen og delte små opdateringer undervejs, så man fik øjeblikkelige reaktioner og oplevelser. Haley og Sarah læste romantik men også krimi og romantasy, hvilket jeg så småt også havde fået en interesse for. Jeg kunne godt lide deres ærlighed i videoerne. Hvis de begyndte på en bog, men ikke blev fanget af den, var de ikke bange for at ytre det og skifte til en anden bog. De lavede også udfordringer, f.eks. at læse i 24 timer, som var meget underholdende. Jeg har endnu ikke selv forsøgt på dette, men min veninde og jeg har flere gange snakket om, at det også var noget vi ville prøve, på trods af at vi ikke har en YouTube-kanal at dele det på, men fordi vi synes det kunne være en sjov udfordring at gøre sammen, samtidig med at vi ville få læst mange bøger hurtigt.

Jeg begyndte også at få nogle videoer på min "Til dig"-side på TikTok, hvori brugeren anbefalede bøger, og hvis jeg synes, de virkede spændende, gemte jeg videoen i appen eller tog et skærmbillede af bogen. Med jævne mellemrum gik jeg disse billeder igennem og noterede dem i min iPhones notes-app. På dette tidspunkt var jeg ikke særlig bevidst om BookTok som fænomen og havde derfor ikke udforsket det nærmere. Jeg husker særligt at se en video fra BookToker Kierra Lewis, hvor hun hopper rundt i sit soveværelse med en bonnet på og skriger nærmest igennem hele videoen.



Figur 3: TikTok, Kierra Lewis, *The Ritual* af Shantel Tessier

*"HO-LY sh*t baby, best f*cking (...) I've been on TikTok, BookTok, whatever you wanna call this sh*t (...) hold on (...) I have never never in my life had a book make me feel all the f*cking emotions. One minute my kitty purring, the next minute I feel crazy, the next minute I'm crying, the next minute I'm jumping for f*cking joy [hun hopper op og ned] girl f*ck every recommendation you ever seen in your life, 90 gazillion out of 10 stars for this book. I said I wanted a journey, bitch life is a highway [hun synger] and I wanna ride you, best f*cking book ever. HELLOOOO".*

Hold da op, hvem er dog dette?', tænkte jeg og tog mig selv i næsten at grine højt over, hvor tosset jeg syntes, hun var. Straks gik jeg ind på hendes profil, for jeg skulle finde ud af, om hun altid var sådan, og det kunne jeg hurtigt bekræfte, at hun var. I alle videoer har hun samme energiniveau eller sidder og stortuder over for sine i dag over 1,5 mio. følgere. Jeg var overrasket over, hvor sprudlende og energisk andre mennesker kunne tale om bøger og begyndte lige så stille at se mere BookTok-indhold og min

TBR-liste (to be read) voksede hurtigt igen samtidig med at min kamerarulle havde flere skærbilleder af bøger end noget andet. Jeg skrev næsten alle bøger ned, jeg så i en video, fordi hvorfor ikke? Jeg havde endnu ikke læst nok bøger til at vide, hvad jeg kunne lide, og hvad jeg ikke kunne lide, og bare fordi jeg skrev dem ned, betød det jo ikke, at jeg ville købe dem... endnu i hvert fald.

Min veninde fra studiet og jeg var jævnligt begyndt at gå ind forbi Bog & idé for at kigge på bøger eller på biblioteket for at hente bøger, vi havde lånt. En dag tog vi forbi Læsehesten, en genbrugsbutik, for at se, om de gemte nogle spændende bøger i mængden. Her fandt vi begge en bog, som vi købte for 20 kr. Et par gange havde vi også bestilt nogle bøger sammen på Saxo. Hvis man oprettede en Saxo Premium konto kunne man få bøgerne endnu billigere, så kostede de omkring 100 kr. pr bog modsat butikkerne, hvor prisen ofte var 150-200 kr. Vi var jo studerende, så hvis der kunne spares, gjorde vi det. Ofte bestilte vi 2-3 bøger hver på samme tid. Til min fødselsdag i august 2023 overraskede hun mig med en bog, Tress of The Emerald Sea, en fantasy af Brandon Sanderson. I længere tid havde vi snakket om, at vi ville prøve at læse nogle af hans bøger. På BookTok fremstår han nemlig som Stephen King af fantasy-genren, og ingen havde noget dårligt at sige om hans bøger. Han er kendt for sine fantasy-serier og science fiction-bøger, der alle foregår i samme univers. På TikTok laver han både videoer, hvor han taler om sine bøger, giver gode råd og indsigt i sine skrivemetoder som forfatter, men han laver også humoristiske videoer. Han er især kendt for at skrive og udgive bøger hurtigere end hans læsere kan følge med, hvilket nogle brugere har italesat. F.eks. har en bruger lavet en stitch (man filmer i forlængelse af den oprindelige video) på en af Brandons videoer, hvor Brandon afslører et nyt hemmeligt projekt:



"I know we joke, I know we [sug]gest that this man [Brandon] is not human that he's actually a printing press (...) What do you mean there's another secret project, you just wrote a book that's gotta be like 1300 pages, how did you find time"

*Figur 4: TikTok, Jonah Evarts,
Brandon Sanderson teases new
project*

Brandon har selv lavet en video, som italesætter hans evne til hurtigt at skrive bøger:



Figur 5: TikTok, Brandon Sanderson, 'Yes I did it again'

"okay, yes, alright, fine, yes, I did it again. What do you expect from me, you expect me to not accidentally write books, when no one is paying attention (...) I just have to take a vacation sometimes, and when I take a vacation sometimes, I maybe end up on the beach, and if I maybe end up on the beach, I maybe get inspired, and if I maybe get inspired, then maybe an extra book materializes without anyone expecting it, I don't know what you want from me, it is just the way things happen, so I'm not sorry"

Med kendskabet til hans omdømme og personlighed på TikTok er det tydeligt, at videoen skal forstås ironisk, da han bl.a. også har fortalt, at han skrev en af sine bøger på sin bryllupsrejse, hvorfor det, at han skriver på en ferie, ikke burde komme som en overraskelse. Min veninde havde også købt bogen til sig selv, for at vi kunne læse den samtidig. Vi havde tidligere den sommer læst en anden romantasy samtidig på en weekend hjemme hos hendes forældre. Det var en virkelig sjov og hyggelig oplevelse at læse en bog samtidig, da det gav os mulighed for at vende hvert kapitel, forsøge at forstå handlingsforløbet og verdenen og dele vores reaktioner undervejs. Med Tress of The Emerald Sea havde vi igen en god læseoplevelse og skrev eller snakkede næsten dagligt om, hvor vi var nået til, og at vi synes, den var sjov at læse.

Skal jeg lave en BookTok?

I løbet af november 2023 begyndte jeg at se BookTok-videoer, hvor brugerne viste, at de havde fået en bog-kalender. Det var 24 bøger, som var pakket ind, så der var en til hver dag i december. 'Det har jeg da ikke råd til, det ville jo koste flere tusinde kroner' tænkte jeg efter en hurtig hovedregning, mens jeg sad og var ret misundelig, 'men jeg læser jo slet heller ikke hurtigt nok til at det ville give mening, det er lidt overdrevet, men så igen, hvem kan ikke lide at åbne pakker, det er da et mega fedt koncept og nemt BookTok-indhold til en hel måned'. Nogle dage senere ser jeg helt tilfældigt en TikTok-video fra Bog & idé på Nytorv.



Figur 6: TikTok, Bog & idé Nytorv, Sammensæt din egen adventskalender

I videoen viser de, at man kan komme ind i butikken og købe fire bøger til 500 kr. Det som gjorde det særligt spændende var, at bøgerne var pakket ind på forhånd, så man vidste ikke, hvilke bøger man købte. De solgte konceptet som en adventspakke, hvor man kunne åbne en ny bog hver søndag. På bøgerne var der placeret små kort med få beskrivelser ift., hvad de handler om. En viderebygning på konceptet "blind date with a book", hvor man køber en bog uden at vide, hvilken det er.

Min far plejer at give en kalendergave, hvilket i en alder af 25 nok udstråler en smule forkælelse, men jeg skyndte mig at tage et skærmbillede og sende det til ham med teksten om, at hvis han stadig ville give mig en kalendergave, ville jeg langt hellere have denne end én af de klassiske kalendergaver fra Matas med produkter, man alligevel ikke kan bruge eller lide, og som ender med at optage indtil man endelig føler, man kan tillade sig at smide det ud. *"Kan du så ikke bare købe det tilbud og så skal jeg nok mobilepay dig"* svarede han. JA TAK far, afsted med mig til Bog & idé. Der gik nok en time, hvor jeg bare stod og læste alle de forskellige bøgers stikord og valgte til og fra, men jeg tog fra butikken med fire nye bøger, et kæmpe smil og beslutningen om, at nu skulle det være. Jeg ville starte min egen TikTok-profil henvendt til BookTok. Jeg kunne lave en video til hver lørdag, hvor jeg prøvede at få folk til at vælge, hvilken bog jeg skulle pakke op; en video til hver søndag hvor jeg pakkede dem op; og en video når jeg havde læst bogen med mine tanker om bogen.

"Og så skal I jo huske at aflevere en specialesynopsis senest den 8. december, hvor I fortæller, hvem I er i gruppe med, hvilket emne I undersøger, jeres nuværende problemformulering, om I har et virksomhedssamarbejde, og hvilke teorier og metoder I vil bruge til at besvare problemformuleringen" fortalte underviseren, mens jeg sad med åben mund og polypper og skrev med min veninde om, hvor tosset det hele var. Hvordan skulle jeg dog kunne forholde mig til det næste halve år, når jeg på daværende tidspunkt sad dybt fokuseret i min praktikoplevelse. Jeg havde leget med tanken om at skrive om BookTok. Hvis jeg skulle skrive mit speciale alene, hvilket jeg skulle, da mine medstuderende havde andre interesser, kunne jeg lige så godt udnytte muligheden og skrive om noget, jeg synes var spændende. Så havde jeg også en undskyldning for at bruge mere tid på BookTok, og ekstra motivation til at starte min egen profil.

Opsætning af BookTok-profil

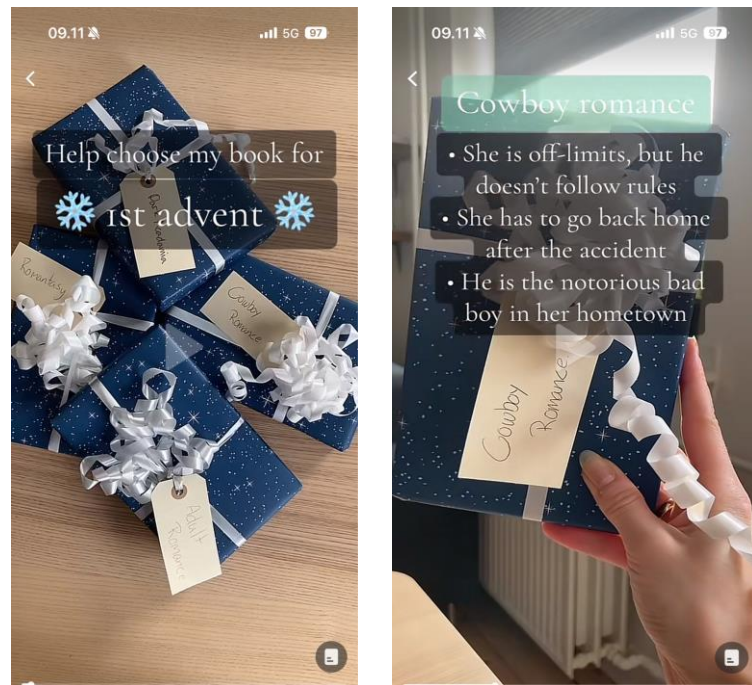
Jeg ville ikke bruge min nuværende TikTok profil, da jeg har lavet nogle forskellige 'fjolle'-videoer, som kun var tilgængelig for mine TikTok, og jeg havde ikke lyst til at blande dette indhold med BookTok. Samtidig ønskede jeg heller ikke kun at modtage BookTok-indhold, da jeg fandt underholdning i meget andet indhold, og jeg vidste, at specialet ville kræve, at jeg gik all in på BookTok. Jeg oprettede en profil

den 2. december og gav mig brugernavnet 'carosbooks', da jeg ville associere mig med BookTok og havde set flere bruge enten ordet 'books' eller 'reads'. Som profil brugte jeg et billede fra min reading journal, da jeg ikke var klar til at vise mig selv. Jeg havde brug for at blive lidt mere komfortabel med profilen og få nogle succesoplevelser først, som kunne øge min selvtillid på platformen. I beskrivelsen skrev jeg mit navn og alder, samt antal bøger jeg havde læst. Umiddelbart var det ikke meget informativt, men da der er en begrænsning på, hvor meget man kan skrive, valgte jeg disse informationer, da jeg også havde set andre profiler skrive lignende. Jeg håbede, at beskrivelsen, billedet og navnet ville give modtagere en idé om, at det var en profil henvendt til BookTok. Jeg søgte på BookTok, og så en masse videoer, for at igangsætte algoritmen med at personalisere indholdet, da indholdet er meget blandet indtil, algoritmen finder ud af, hvad man kan lide. Jeg kiggede på folks profiler, og hvis det virkede til at være en "BookTok-profil", hvis navnet havde reference til læsning, billedet involverede bøger, og de havde videoer, hvor tekst eller billede indikerede bøger, fulgte jeg dem. Den 5. januar testede jeg, hvor mange af videoerne på min "Til dig"-side, som var BookTok-relateret, og ud af 28 videoer var 17 BookTok-relateret, 5 var reklamer og de sidste 6 var ikke BookTok-relateret.

Jeg delte 5 videoer i løbet af den første dag da jeg gerne ville have min profil til at virke aktiv ved at have flere videoer synlige. I den første video gennemgår jeg min reading journal fra 2022; i den anden video gennemgår jeg alle de bøger jeg har læst i 2022 med min vurdering af dem i antal stjerner; i den tredje video gennemgår jeg min reading journal for 2023 ift. dens set-up; i den fjerde video præsenterer jeg min bog-adventskalender; i den femte video viser jeg de fire bøger med teksten "Help choose my book for 1st advent. Comment which I should choose", hvorefter jeg viser dem enkeltvis med deres beskrivelser. Alle videoerne var filmet i førstepersons-perspektiv, da jeg ikke var komfortabel med at sætte mig selv foran kameraet endnu. Samtidig så jeg ofte indhold, hvor en bruger havde filmet sin hånd, der holdt en bog og brugte forskellige overgangsmetoder til at skifte bogen til en anden f.eks. ved at ryste bogen eller bladere i den. Jeg håbede på at få en masse passionerede kommentarer på den sidste video, da jeg opfordrede brugerne til at kommentere, men den fik to kommentarer.



Figur 7: TikTok, Caro reads, Help choose my 1st advent book

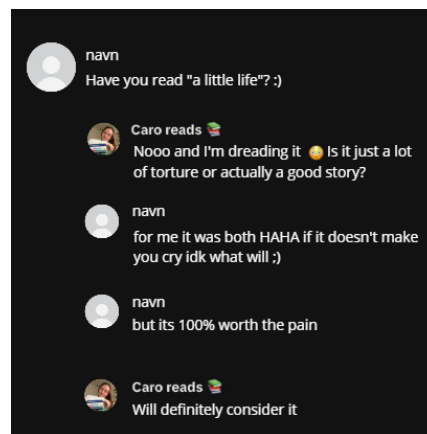


En bruger skrev: *“they all seem so intriguing”*, og selvom jeg blev glad for kommentaren, var det også irriterende, at vedkommende ikke skrev en specifik bog, da det jo var det, jeg efterspurgte. En anden bruger skrev: *“Adult romance or cowboy romance!”*, hvorfor jeg dagen efter filmede en video, hvor jeg åbnede *Cowboy Romance*, da det også var den bog, jeg selv var mest interesseret i at læse. Jeg kunne selvfølgelig ikke nå at læse bogen på en uge, så hele den plan om at starte en ny bog hver uge gik hurtigt i vasken. Jeg havde ikke lyst til at lave flere ‘hjælp mig med at vælge’-videoer, af frygt for ikke at få nogle kommentarer. Jeg valgte derfor bare at filme nogle videoer, hvor jeg selv valgte en bog og åbnede den, og selvom de fik mange visninger (mellem 700-2000), var det ikke, fordi de fik mange interaktioner i form af kommentarer.

Hen over årsskiftet var der passende anledning til både at lave en video, hvor jeg gennemgik min udfyldte reading journal for 2023, de bøger jeg havde læst i 2023 og min reading journal opsætning for 2024. Disse videoer fik nogle flere interaktioner end de tidligere både ift. visninger, kommentarer og folk, der havde gemt dem. Jeg havde min første samtale frem og tilbage med en bruger på min video med gennemgangen af min reading journal fra 2023. I videoen havde jeg indsat teksten “have yet to find a book that makes me cry. Any suggestions?”, da det var en udfordring på min bingo-plade, som jeg endnu ikke havde prøvet. En bruger spørger derfor om jeg har læst *A Little Life*.



Figur 8: TikTok, Caro reads, Reading journal 2023 flip through

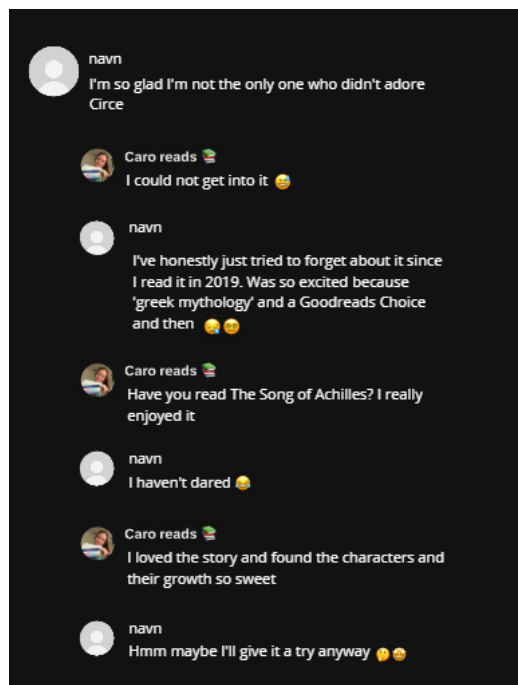
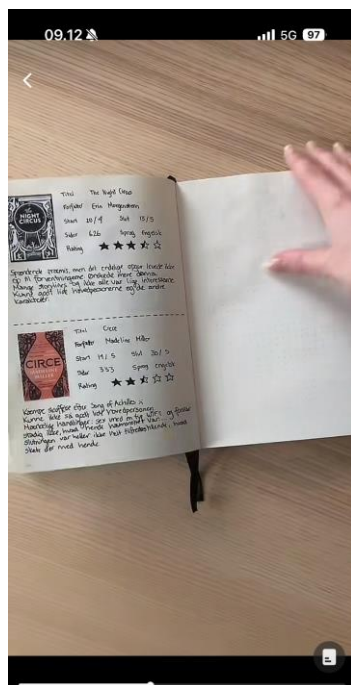


Bogen, som brugeren henviser til, er også kendt på BookTok og deler vandene ift. om det er en god bog eller en forfærdelig bog, fordi den berører en masse barske og tragiske emner. I alle de videoer, jeg har set med folk, som læser den, sidder de og græder. Oftest er det ikke en bog folk anbefaler netop af disse årsager, og fordi det er en bog, der også har påvirket dem i tiden efter. Derfor har jeg endnu ikke turde kaste mig ud i at læse den.

I min video med alle de bøger, som jeg havde læst i 2023, havde jeg for første gang en samtale med en bruger om en bog, vi begge havde læst. Det er en bog af samme forfatter som *The Song of Achilles*, den første bog jeg læste og som jeg virkelig nød, hvorfor jeg troede at denne bog også ville være god, men jeg blev skuffet. I videoen kan man se, at jeg gav bogen 2 stjerner, hvortil brugeren kommenterede, at hun er glad for, hun ikke var den eneste, som ikke kunne lide bogen. Vi havde begge høje forventninger, fordi den bl.a. handlede om græsk mytologi. Selvom læseoplevelsen var meget skuffende, blev jeg yderst glad for at se en bruger bekræfte mig i, at hun heller ikke nød den.



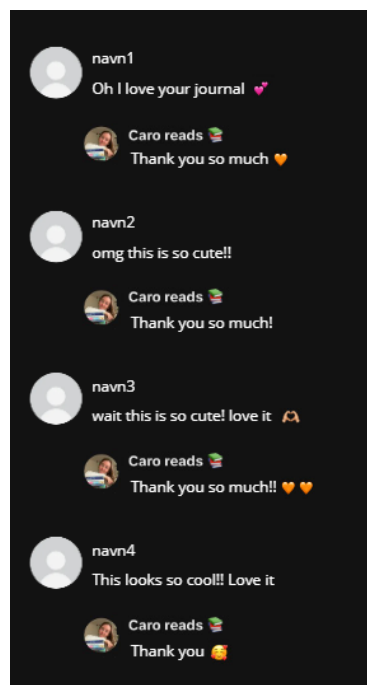
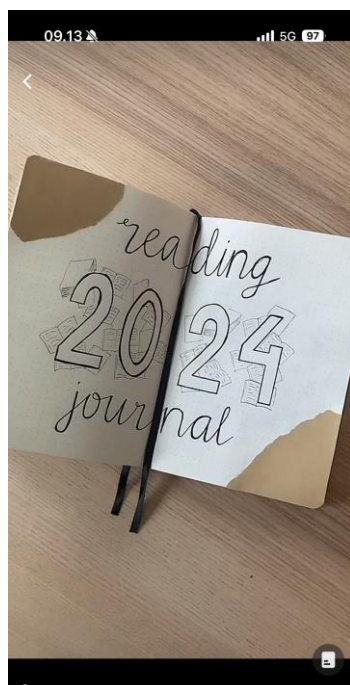
Figur 9: TikTok, Caro reads, All the books i read in 2023 reading journal flip through



Første gang jeg virkelig mærkede en følelse af, at mit indhold blev set, var på min video fra 5. januar, hvor jeg viser min reading journal for 2024. Videoen har over 6000 visninger, 440 synes godt om, 24 kommentarer og 150 brugere har gemt den (21/05/2024). Det er over dobbelt så mange visninger som min hidtil mest sete video.



Figur 10: TikTok, Caro reads, Reading journal 2024 flip through



Jeg havde brugt virkelig lang tid på at lave min reading journal. Det tager lang tid at forberede, hvordan man ønsker den skal se ud, da det krævede inspirationssøgning på TikTok, Pinterest og Youtube, og bestemme, hvilke sider der skulle komme hvornår, samt tegne hele skabelonen op med blyant først. Derudover havde jeg købt en bog, som jeg kunne rive i stykker for at indsætte små illustrationer og tekstbidder samt det brune karton. Samtidig med at det var svært at filme videoen, da jeg ikke havde noget kamera- eller mobilstativ. Jeg måtte derfor fokusere på at holde min hånd stille, samtidig med at jeg skulle bladere med den anden hånd. Det var derfor utrolig bekræftende at få så mange søde kommentarer, og jeg blev så taknemmelig, hver gang jeg modtog en ny!

Vejen til 1000 følgere

Dagen efter denne video, den 6. januar, rundede jeg 100 følgere og havde 12 videoer. Jeg havde ærligt talt ikke brugt meget tid på appen ud over, når jeg skulle optage og dele videoer grundet praktik, praktikrapport-skrivning og hektiske juledage. Jeg havde primært lavet videoer om enten adventsbøgerne eller min reading journal og havde derfor ikke rigtig nogle videoer, hvor jeg enten viste bøger eller mig selv. Med rapporten ude af verden, specialet godkendt og juleræset ovre, ville jeg til at gøre alvor af min BookTok. Jeg satte nogle mål for mig selv, som jeg skrev ned i en notesbog.

Booktok mål

- altid besvar kommentarer og beskeder
- brug 1 time dagligt / hver anden dag til at lave videoer, tjekke kommentarer og følgere
- tjek venner + For you og interager med mindst 10 videoer like/kommentér
- 3 videoer om ugen

Følg:

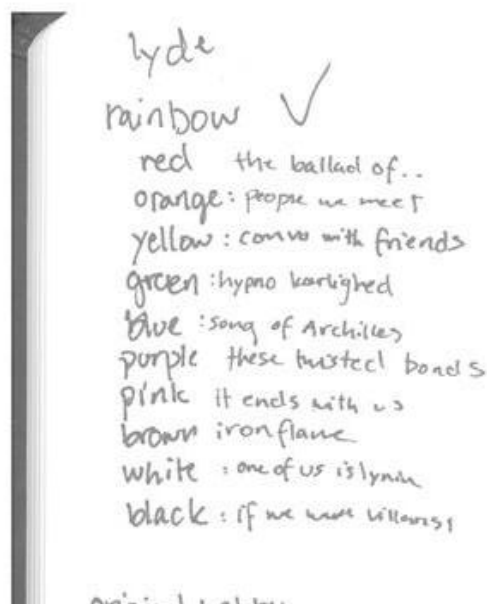
- skal have offentlige videoer med bogrelateret indhold.
- bøger vist på videoernes forside.
- d. 28/3
- L identitet = bøger i billedet eller navnet eller beskrivelse = instant follow
- Jeg gerne kan ikke være så kritisk, for skulle profilerne kan lave begivelser for at jeg ville følge, nu: skal en del af indholdet være bøger.

Jeg ville bl.a. prøve at sætte en time af dagligt eller hver anden dag til at lave videoer, tjekke kommentarer og nye følgere, da jeg gerne ville dele 3 videoer om ugen. Samtidig var det et mål for mig altid at besvare kommentarer eller privatbeskeder, da jeg gerne ville fremstå venlig og interesseret i dem, der valgte at bruge tid på at interagere med mig. Det blev senere en meget krævende opgave, da en af mine videoer pludselig fik op mod 1000 kommentarer... Hver dag åbnede jeg TikTok og gik ind på siden Indbakke, klikkede på Aktiviteter og filtrerede dem efter kommentarer, hvorefter jeg kunne besvare dem, der nu engang var kommet. Derudover ville jeg dagligt tjekke videoer under Venner-siden, for at støtte op om de 'venner' jeg havde, hermed de brugere som jeg fulgte, og som fulgte mig. Da man valgt at følge hinanden, ville jeg også gerne udvise min støtte til dem, ved at se og interagere

med deres videoer. Jeg satte et krav om at interagere med mindst 10 videoer i form af kommentarer og valgte altid at 'synes godt om' deres videoer i håbet om at influere algoritmen til at sprede deres videoer. Jeg håbede andre brugere ville have det på samme måde, når de så mine videoer. Derudover ville jeg kigge "Til dig"-siden for potentielt at udvide antallet af følgere og finde inspiration til indhold. Hvis jeg så nogle bruge en effekt, som jeg kunne lave en video med, eller hvis nogen brugte en lydfil, som jeg også gerne ville bruge, gik jeg ind på den pågældende effekt eller lydfil og valgte at 'Føj til Favoritter', så jeg senere kunne finde den igen. Med jævne mellemrum satte jeg mig ned, hørte lydfilerne igennem og noterede ned, hvilke bøger jeg kunne inddrage, så jeg havde forberedt nogle idéer til et senere tidspunkt. Det var bl.a. sådan jeg forberedt en video, hvori man skulle vise en bog pr. farve i regnbuen.



Figur 11: TikTok, Caro reads, Rainbow challenge



Med jævne mellemrum filmede jeg nogle videoer med gemte lydfiler eller effekter, så jeg havde nogle videoer liggende klar i min Kladde. Jeg oplevede at TikTok opførte sig mærkeligt, og flere af videoerne på brugernes profiler fremstod sorte i oversigtsbilledet. Jeg søgte mig frem til, at jeg skulle prøve at afinstallere appen og downloade den igen. Jeg fik den sædvanlige besked fra iPhone om at alt data blev slettet og valgte selvfølgelig at slette appen alligevel uvidende om, hvad det betød. Jeg fandt så ud af, at den i processen slettede alt indholdet i min Kladde, da det åbenbart ikke er gemt i appen. Det betød, at meget af mit arbejde med forskellige typer videoer, der var igangsat og måske endda færdiggjorte, var væk. 'Nå, jamen det er der jo så ikke så meget at gøre ved' var min tanke, efter jeg i fem minutter havde

været irriteret over appen. Jeg havde jo alligevel ikke delt videoerne, og det var derfor heller ikke sikkert, at jeg på noget tidspunkt ville komme til det.

Jeg havde også et kriterie om, at når jeg fik en ny følger, ville jeg følge dem tilbage, såfremt de selv lavede videoer med bog-relateret indhold. Jeg gik derfor ind på min profil og klikkede på Følgere, hvorefter jeg scrollede ned til, jeg kunne se et mindre farveskift, som indikerede at det var de nyeste følgere siden sidst, jeg havde kigget. Jeg besøgte alle mine nye følgeres profiler for at vurdere, om de virkede aktive nok som BookTokere, før jeg valgte om jeg ville følge dem. Jeg ville ikke følge dem, hvis de var private, lavede BookTok-videoer på et sprog jeg ikke forstod, hvis de ikke lavede BookTok-relaterede videoer, eller f.eks. havde nogle enkelte BookTok-relaterede videoer, men også videoer, som ikke var relateret hertil. Jeg ønskede kun at blive 'venner' med andre brugere, der forsøgte at identificere sig som BookTokere og var lige så forpligtede til at tage del i BookTok, som jeg selv.

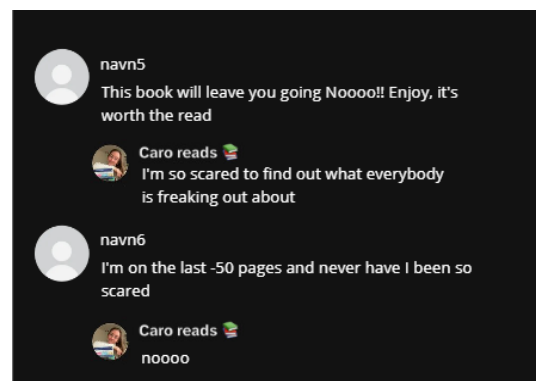
Det gik virkelig godt i januar, synes jeg selv. Jeg delte 16 videoer og rundede 1000 følgere den 21. januar. På 15 dage gik jeg således fra 100 til 1000 følgere og havde nu nået min første milepæl. 1000 brugere havde altså aktivt valgt at følge mig. Det hårde arbejde havde betalt sig. Jeg prøvede forskellige videoer af i januar, som alle var inspireret af en lydfil eller video-trend. Jeg havde f.eks. en video om den bog, jeg var i gang med at læse, en video med antal sider læst på en uge, bøger jeg kunne lide, bøger som skuffede mig, bøger baseret på nogle lydfiler, der fungerer som skabelon for, hvilken type bøger man skal vise. Jeg brugte også en lydfil som skabelon til den første video, hvori jeg sad foran kameraet. Jeg blev stille og roligt mere komfortabel med at sidde foran kameraet, da jeg havde disse skabeloner at læne mig op ad og derfor ikke behøvede at sige noget. Jeg stødte dog på en udfordring, da jeg begyndte at filme mig selv sidde foran kameraet og vise bøger frem. TikTok spejlvender nemlig ens videoer, hvilket betyder at bøgerne vises spejlvendt, og det bliver svært at læse, hvilken bog man viser. Selvom jeg undersøgte alle redigeringsmuligheder i appen, kunne jeg ikke finde en funktion, som virkede. Jeg begyndte derfor at optage dem i appen, hvorefter jeg gemte dem på min mobils kamerarulle og her kunne spejlvende dem, hvorefter jeg gik tilbage til TikTok og i redigeringsmuligheder uploadede den nye video og slettede den gamle. I starten var det vildt irriterende, men det blev hurtigt bare en rutine at gøre, som ikke belastede produktionstiden for meget.

Grunden til at jeg oplevede mere succes i januar skyldes også, at jeg læste en bog, Iron Flame, som var vildt populær på BookTok. Det får hurtigt en selvforstærkende effekt, når en bog bliver populær, da flere brugere vælger at lave indhold om bogen, fordi det kan skabe visninger, og flere brugere læser bogen for at kunne interagere med andres indhold. Der er nemlig flere brugere, som søger på disse bøger for at finde mere information eller klikker ind på et givent hashtag (#ironflame), hvormed der

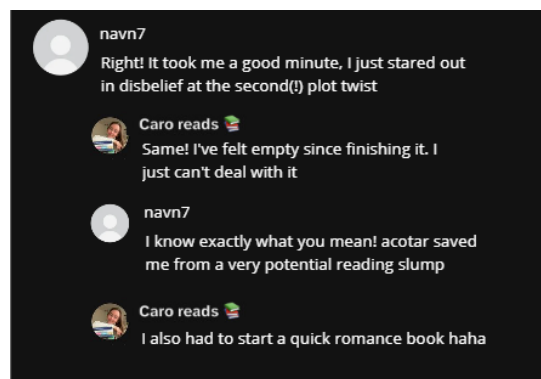
også er større chance for, at de ser ens video. Jeg havde lavet 3 videoer om denne bog: hhv. at jeg var i gang med den, at jeg var bange for at begynde del 2, fordi jeg havde set flere reaktionsvideoer og slutningen skulle være overraskende, og endeligt da jeg var færdig med at læse den. Jeg elskede bogen, men dens slutning gjorde mig så chokeret, at jeg både følte vrede over, hvad der skete, tristhed overfor karaktererne, og frustration over at den næste bog endnu ikke var udkommet, så jeg ikke kunne finde ud af, hvad der ville ske. Jeg har aldrig oplevet at en bog kunne frembringe så stor en reaktion i mig, og pludselig forstod jeg de andre personer på BookTok, som havde læst bogen. I mine videoer oplevede jeg også andre brugere, som delte samme oplevelser.



Figur 12: TikTok, Caro reads, Iron Flame part 2



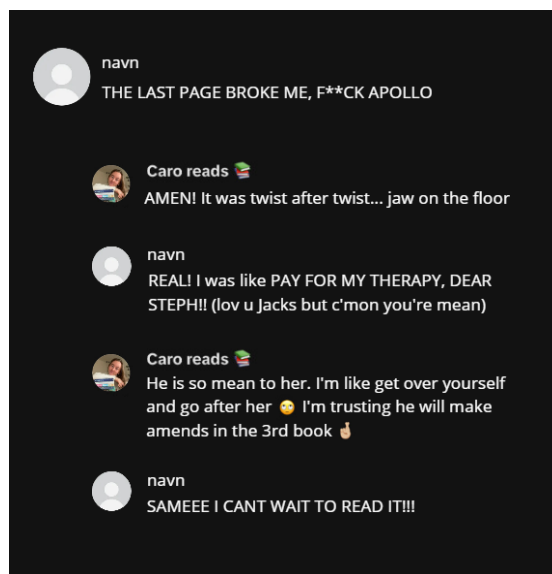
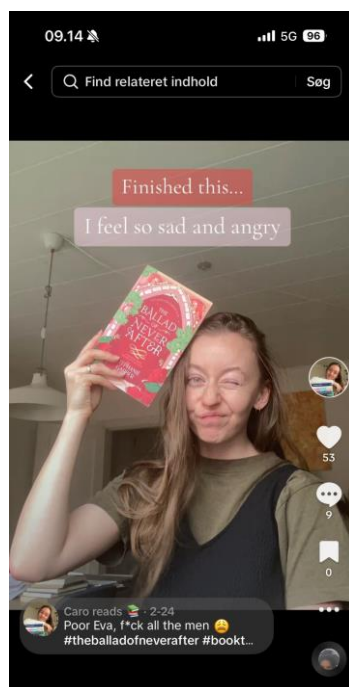
Figur 13: TikTok, Caro reads, After finishing Iron Flame



En lignende oplevelse havde jeg også i februar, hvor serien *Once Upon A Broken Heart* var populær på BookTok. En romantasy serie med tre bøger, som min veninde og jeg selvfølgelig også snakkede om. *“Jeg tror helt seriøst det er en af mine ynglingsserier”* fortalte hun. ‘Så bliver jeg jo nødt til at læse den’, tænkte jeg, for jeg stoler virkelig på hendes smag og anbefalinger. Vi havde efterhånden læst flere af de samme bøger, og hun har desuden læst mere fantasy end mig. Efter at have læst bog nr. 2 var jeg, ligesom med *Iron Flame*, fuldstændig i chok over det plottwist, der skete, og mit hjerte gjorde ondt for hovedkarakterne. I to bøger har man ventet på, at de to hovedpersoner skulle indse, at de elskede hinanden, og idét den kvindelige karakter endelig indser dette, får hun fjernet alle sine minder af en anden mandlig karakter, bog-slut. Jeg var rasende over, hvad der var sket, og skulle ud med min frustration, så hurtigt som muligt. Jeg valgte at lave et opslag, der bestod af et billede af mig med bogen og beskrivelsen “Poor Eva, f*ck all the men”. I kommentarsporet var der heldigvis en bruger, som delte min oplevelse og virkede mindst lige så ophidset over handlingen, eftersom vedkommende skrev i store bogstaver. Hun ramte lige ind i den samme følelse jeg sad med ift. vrede over den mandlige karakterer, og at hovedpersonen mildest talt var en skovl for ikke at kæmpe mere for den kvindelige karakter.



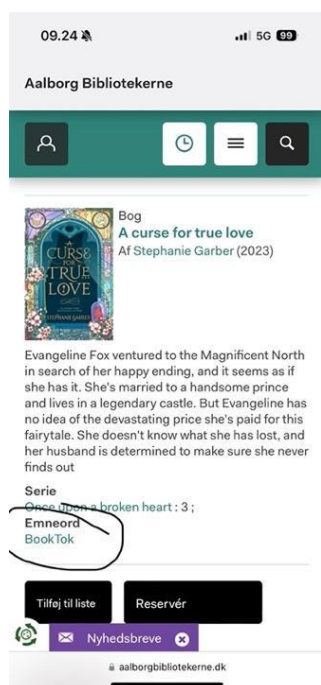
Figur 14: TikTok, Caro reads, After finishing *The Ballad of Never After*



BookTok på biblioteket

Ovenpå den frustrerende slutning i bog nr. 2 ville jeg selvfølgelig læse den næste hurtigst muligt, men da den ikke var udkommet i samme størrelsesformat, som de andre, ville jeg ikke købe den. Bøgerne skal jo helst passe sammen, når de står på hylden. Jeg kunne dog ikke vente med at læse den og fandt

den derfor på bibliotekets app og reserverede den. Her bemærkede jeg, at de under 'Emneord' havde skrevet BookTok. *"Okay, overvej lige at selv biblioteket også reklamerer for BookTok nu"* fortalte jeg min veninde, hvortil hun svarede *"Jaja de har jo fået et helt bord med bøger kendt fra BookTok og et neonlys hvor der står BookTok"*, *"Nej er det rigtigt, hvor henne står det?"*, *"Jamen det står lige der, når man kommer ind og til venstre"*. Da jeg gik ind på biblioteket for at hente bogen, måtte jeg se den udstilling, som hun henviste til. Rigtig nok lå der flere bøger, som jeg kunne genkende fra BookTok og nogle af bøgerne stod endda på en drejeskive. Jeg kunne ikke lade være med at smile og føle en smule stolthed over, at noget som primært mine jævnaldrende peers driver på et socialt medie, havde fået så stort kendskab udenfor, at selv biblioteket havde investeret i et neonlys for at vise deres kendskab til.



Kampen om følgerne (fra 1000 til 2000)

Lige så godt som januar gik, lige så dårligt gik februar og marts. De første 1000 følgere kom hurtigt, da jeg først begyndte at investere tid i at lave opslag, men hen over februar røg al motivation og interesse. Specialet blev skudt i gang, og jeg druknede pludselig i litteraturlæsning samtidig med, at der opstod en fantastisk jobmulighed, som dog betød mere ansvar og flere timer. Så jeg havde ærlig talt hverken den store lyst til at læse skønlitteratur eller interesse i at filme en masse videoer. Jeg glemte alt om de numeriske mål, jeg havde sat. Det var kun, fordi jeg vidste datagrundlaget for dette speciale afhang af min deltagelse på mediet, at jeg til tider tvang mig selv til at bruge noget tid herpå. Når først jeg åbnede appen og begyndte at filme nogle videoer, kunne jeg da godt mærke en lille lyst til alligevel at skabe

nogle videoer, men når jeg publicerede dem, skete der ikke det store ift. interaktioner eller nye følgere. I modsætning til så mange andre på BookTok, kunne jeg ikke nå at læse 10 bøger om måneden, og jeg følte derfor ikke, at jeg kunne bidrage med begejstring over nye bøger, som jeg havde læst. Jeg så nogle BookTok-videoer, hvor skaberne fortalte, at hvis man ville have sin profil til at vokse, så skulle man poste hyppigt og konsekvent.



Figur 15: TikTok, Jolie Reads, growing your booktok account

“(...) you gotta pay your dues (...) what I’ve seen work for me and other people is posting three to four times a day, you wanna space that out over a couple hours in between each post (...) the big thing is to post consistently, you set how often you’re gonna post and then you do that for at least three months before you give up or say its not working (...) any time before three months you really haven’t put enough time to say that (...) what tiktok does is it pushes out the video to initially 200 people, which is the batch sample, and if the video does not have enough watch time it will stop pushing the video out, now sometimes it will have a delayed push (...) if they don’t do well in the first 24 hours, either they’ll do well later and it’s kinda like a delayed push or the content and the video is just bad and it won’t do well (...)”

3-4 gange om dagen! Det kunne jeg da slet ikke overskue ved siden af alle de andre ting, jeg også skulle nå, men jeg kunne nu godt se hendes pointe om, at det krævede en længerevarende og intens indsats. Jeg lagde mærke til, at der efterhånden var flere videoer, som bestod af en karusel af to billeder, hvoraf der på det første stod “Bookish question of the day” og på næste billede stod et spørgsmål, som henvendte sig til modtagerens læseoplevelser eller -præferencer. Den 16. marts tog jeg igen en skræmoptagelse, hvor jeg scrollede ned af “Til dig”-siden, og her var 7 ud af 12 videoer i streg opslag med disse “Bookish questions”. Jeg tænkte, at disse indholdstyper der var en god mulighed for at lave en masse indhold, uden det ville kræve den store indsats. Jeg lavede derfor 7 videoer klar, så jeg havde en til hver dag i en uge.

Jeg tænkte, at en anden måde at få flere følgere på, var at følge en masse andre. Jeg måtte dog erkende, at det tog meget tid og ærligt talt virkede ret snobbet, at sidde og individuelt vurdere hver enkelt profil, som jeg tidligere havde gjort, før jeg ville følge dem. I stedet valgte jeg at følge alle dem, hvis profil i mere eller mindre grad viste en relation til BookTok, gennem enten et navn, billede, beskrivelse eller bare én enkelte video, som afspejlede BookTok-indhold. Hvis blot der i navnet stod ‘read’, ‘book’ eller var emojis af bøger, og/eller hvis billedet viste bøger, fulgte jeg dem tilbage, upåagtet af om de lavede videoer eller ej. Jeg gad ikke engang klikke ind på deres profil. Jeg vurderede, at det måtte være en gennemtænkt beslutning fra deres side om, at de gerne ville associeres med BookTok og derfor i deres

Jeg var i en periode meget opsat på KUN at følge folk, som også fulgte mig. Så med jævne mellemrum gik jeg ind på min profil under Følger og skrev alle de profilnavne ned på et stykke papir, som jeg fulgte, men som ikke fulgte mig. Herefter unfollowed jeg dem og fulgte dem igen, så de fik en ny notifikation om, at jeg fulgte dem. Hvis jeg nogle dage efter så kunne se, at de stadig ikke fulgte mig, unfollowede jeg dem igen. Med dette fik jeg nogle af dem til at følge mig men langt fra alle. Jeg kunne godt selv se, at det var en smule småligt og også meget omstændigt og tidskrævende, så jeg valgte at stoppe igen.

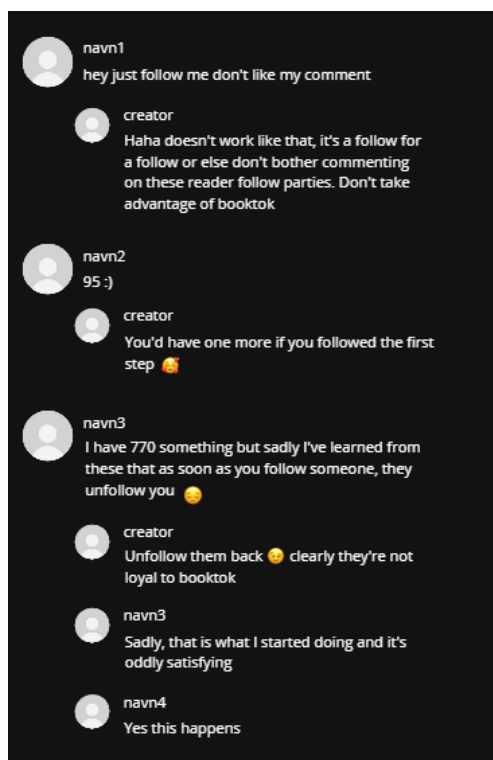
[illegible]

20 af 35

vedkommende skulle unfollow igen. Der er altså nogle, som går meget op i, hvordan de andre brugere opfører sig overfor hinanden.



Figur 16: TikTok, Amanda,
BookTok Follow Party



Mandag den 22. april om aftenen skete det endelig! 2000 følgere! Midt i madlavning ville jeg lige kigge på min TikTok, da jeg havde haft meget aktivitet med min seneste video. Jeg kunne se, at jeg var 5 følgere fra målet, så jeg gik ind under foreslåede følgere og skyndte mig at følge en række brugere, og kort tid efter rundede jeg 2000 følgere! De små jubelhop blev hurtigt stoppet af tanken om, at jeg lige så hurtigt kunne miste et par følgere og ryge under 2000 følgere igen. Heldigvis blev jeg ved med at få nogle nye følgere, og efter jeg var på 2010 kunne jeg slappe af igen. Til mine vejledermøder havde vi løbende snakket om udviklingen af min profil ift. antal følgere og gang efter gang blev jeg spurgt *“nååå hvor mange følgere er du oppe på?”*, og hver gang måtte jeg skuffende sige, at jeg stadig ikke havde nået næste milepæl. Jeg skyndte mig derfor ind på vores Teams-kanal for at komme hende i forkøbet og fortælle, at jeg endelig havde rundet 2000 følgere.

Kommentarerne stopper aldrig

En af dagene forinden sad jeg og lyttede de forskellige lydfiler igennem, som jeg havde gemt og faldt her over en, der sagde *“The name of the book you're currently reading, is the new nickname for your*

cooch” aka kvindelig kropsdel. Jeg tænkte på min nuværende bog, One Dark Window, og jeg var flad af grin. Jeg tænkte, at det var oplagt at lave en BookTok-video om.



Figur 17: TikTok, Caro reads, 'The name of the book you're currently reading is the new nickname for your cooch'



Jeg begyndte at modtage kommentarer fra andre brugere, som skrev titlen på den bog, de læste, og jeg var underholdt de næste mange timer: A Little Life, Flawless, Things We Hide From The Light, Better Than The Movies, Powerless, The Teacher, It Ends With Us, Dune, Happy Place, Dark Forest, Paint It All Red, The Sacrifice og så videre og så videre. Det var næsten lige meget, hvad folk læste, så synes jeg bare, at det sjovt. Det fortsatte og jeg forsøgte at besvare alle kommentarerne med grine-emojis eller en lille kommentar. Da jeg gik i seng samme aften, havde jeg brugt 5,5 time på TikTok den dag. Videoen havde over 7000 visninger, og da jeg vågnede, havde den 12.000 visninger og 50 nye kommentarer. Jeg var vildt overrasket over, hvor mange kommentarer den fik og tænkte endda 'åh nej det kommer jo til at tage evigheder at følge op på alle de kommentarer'. Jeg ville jo gerne interagere med folk, både af taknemmelighed over at de havde kommenteret, men også for at skubbe til algoritmen, da det jo betød en fordobling i antal kommentarer. Flere brugere kommenterede også med grine-emojis til videoen eller kommenterede de andres kommentarer med grine-emojis. Det var som en stor grinefest i kommentarsporet. Jeg fandt ud af den nemmeste måde at bevare et overblik, var at gå ind i Indbakken, under notifikationer og filtrere på kommentarer, så jeg bare kunne rulle ned til den seneste, jeg havde besvaret og så ellers tage dem en ad gangen op til. Hver gang jeg åbnede appen, havde jeg fået en masse nye kommentarer, så det var rimelig tidskrævende, men stadig sjovt de første par dage. Nu, en måned

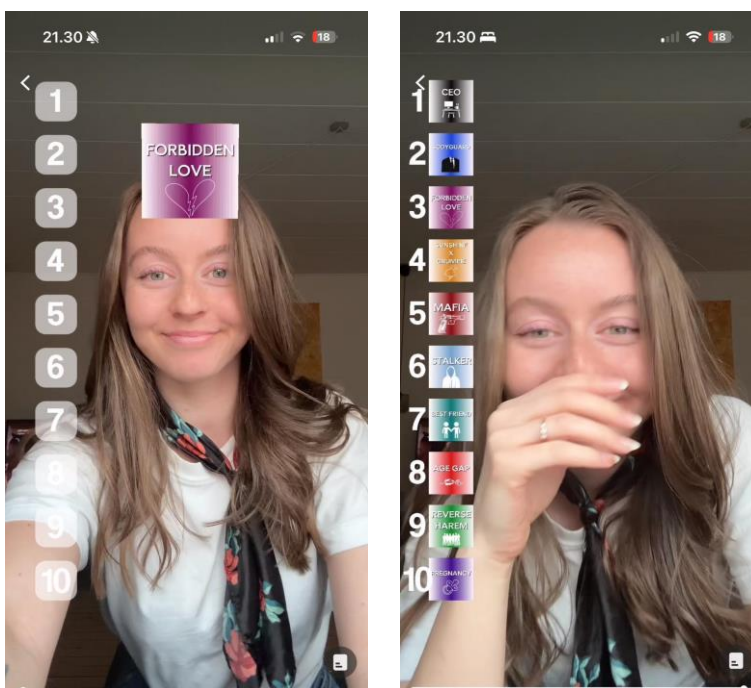
senere den 22. maj, har videoen over 36.700 visninger og 1900 kommentarer. Halvdelen af kommentarerne er lavet af mig, hvilket alligevel er knap 1000 kommentarer, som jeg har lavet, og jeg får stadig 2-5 kommentarer om dagen. Selvom det stadig er sjovt, så er det ikke noget, der tager meget af mit fokus længere, men det er mere som en opgave, jeg lige skal krydse af for, at jeg stadig viser overfor dem, der har kommenteret, at jeg har set deres kommentarer.

Er jeg gået viralt nu?

Onsdag den 24. april sad jeg og kiggede på videoer fra mine 'venner' og så her en video med en animeret person, som anvendte en effekt, hvor man skulle rangere nogle "Book tropes", som er temaer, handlings- eller karaktertræk for bøger. F.eks. indikerer 'pregnancy' at en karakter bliver gravid, 'CEO' at der er tale om romantik på arbejdspladsen mellem en chef og medarbejder, og 'age gap' betyder at der er en (større) aldersforskel mellem hovedpersonerne. Disse tropes bliver ofte anvendt, fordi de kan give nogle informationer om bøgerne uden at afsløre for meget, hvilket passer godt til det korte videoformat, og fordi de fleste BookTokere har nogle tropes, som de foretrækker. Jeg synes effekten virkede sjov, og satte mig derfor og filmede min egen udgave af den.

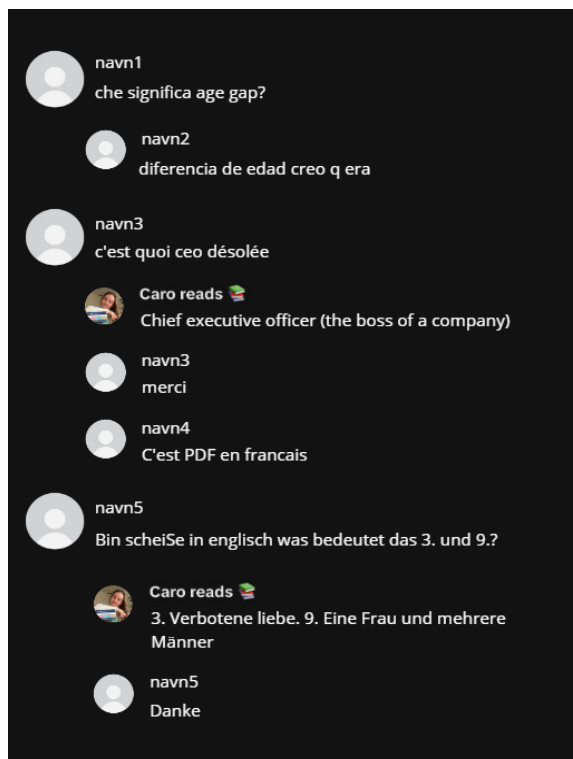


Figur 18: TikTok, Caro reads,
Book Trope Tier-Ranking

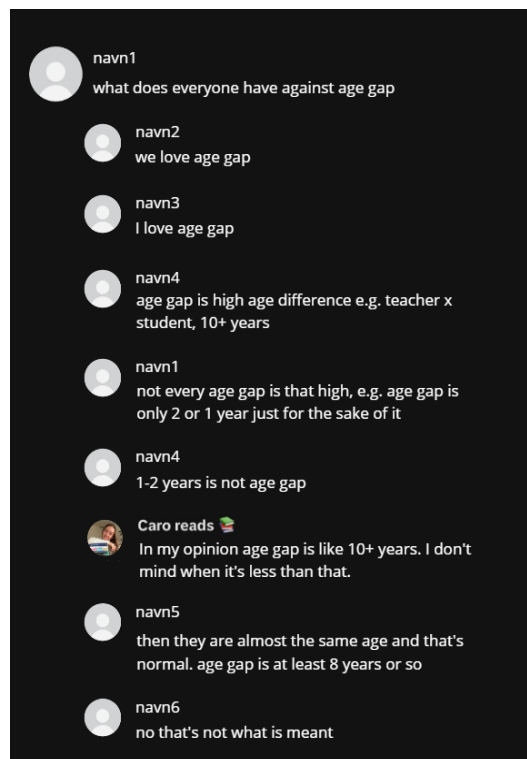


Forholdsvis hurtigt begyndte den at få mange visninger og nogle få brugere kommenterede deres reaktioner på mine vurderinger (f.eks. *"stalker above age gap made me cackle"*) eller skrev deres egne favoritter (f.eks. *"1) age gap 2) stalker 3) forbidden love"*). Den havde over 6000 visninger og 250 'synes

godt om' den 26. april. Jeg bemærkede også, at der begyndte at ske en meningsudveksling, da mange brugere kommenterede og spurgte ind til, hvad de forskellige 'tropes' betød. Det indikerede både, at det måske ikke er alle, som har lige stort kendskab til termene, og at den sproglige barriere for nogle var en hindring. Jeg kopierede deres kommentarer ind i appen Deepl, som kunne detektere sproget, hvorefter jeg kunne skrive et svar hertil. Flere gange var der også andre brugere, som svarede på disse kommentarer på det gældende sprog.



Der opstod også en mindre diskussion på tysk ift., hvad der definerede age gap, hvor en bruger anså 1-2 års aldersforskel som 'age gap', hvor jeg selv og en anden mente, at der skulle være over 10 år mellem karakterene. Det viste også bare, hvordan disse definitioner var meget løse og åbne for fortolkning blandt læserne, som trods alt var dem, som gjorde disse tropes til så stor en ting. I eksemplet nedenfor er samtalen oversat til engelsk.



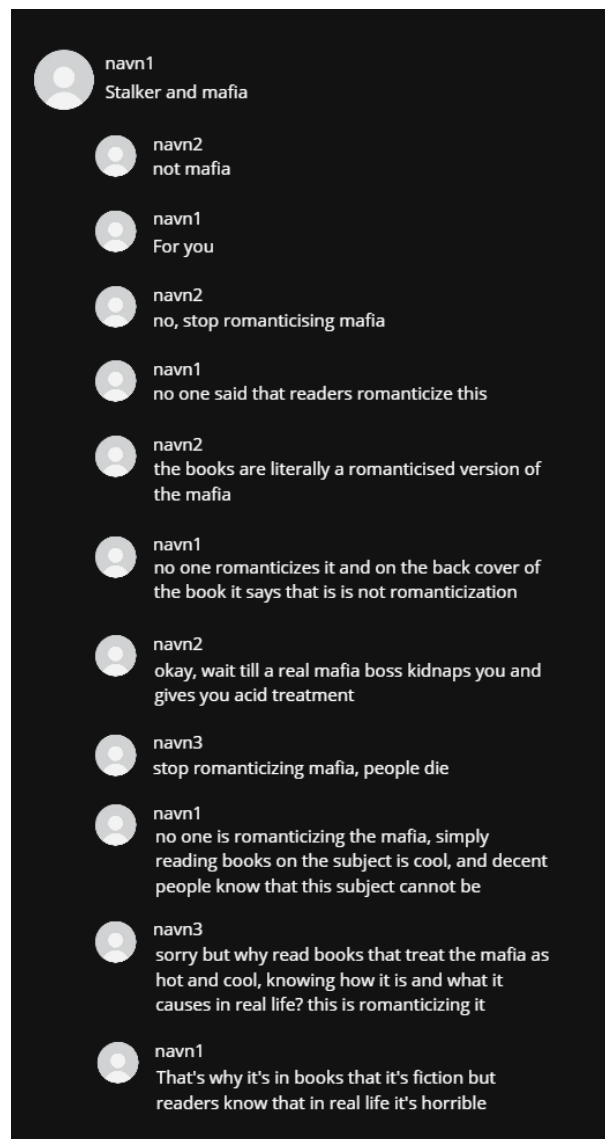
'Hold nu op, det bliver ved'. Om formiddagen søndag den 28. april fortalte jeg min mand, at videoen var på over 50.000 visninger, men da vi gik i seng samme aften, var den på over 187.000 visninger, næsten 12.000 'synes godt om', 122 kommentarer og over 1200, der havde gemt den. Jeg havde overhovedet ingen idé om, hvad der var sket siden, det gik helt amok, og det fortsatte. Spørgsmålene: *'Er jeg officiel BookToker nu?'*, *'Kan jeg snart tjene penge?'* væltede ind, mens jeg ikke kunne få smilet ned. Mandag kl. 14:40, midt i en pause fra læsning om autoetnografi som metode, rundede min video 200.000 visninger! Jeg blev ved med at opdatere siden, for det var så uvirkeligt. Til mit næste vejledermøde spurgte hun igen: *"nååå hvor mange følgere er du oppe på"*. Jeg havde glædet mig til at fortælle hende nyheden: *"åh jamen det er ikke fordi der er sket så meget mere siden sidst, MEN til gengæld har en af mine videoer fået over 280.000 visninger"*, jeg kunne næsten ikke udtale ordene så meget, jeg smilede over den stolthed, jeg følte, samtidig med at jeg kunne se overraskelsen i hendes ansigt.

Videoen har i dag (22/5/2024) over 320.000 visninger og 23.000 'synes godt om', 228 kommentarer og 2400 har gemt den. Selvom jeg nu havde to videoer, som i min optik havde fået meget succes i form af visninger eller kommentarer, var det ikke, fordi det havde medført en betydelig stigning i antallet af følgere eller interaktioner med mine andre videoer. Jeg vidste godt, at man på TikTok sagtens kunne

opnå viralitet på en video uden at det automatisk medførte at hele ens profil pludselig blev populær, men man kunne da have lov til at håbe.

Hjælp, hvad gør jeg?

“non romanticizziamo la mafia per favore”. Jeg forstår ikke italiensk, men jeg forstod alligevel den kommentar. ‘Åh nej’ tænkte jeg, det kan ikke være godt. Betyder det, at min video er nået ud over BookTok, og nu bliver set af andre mennesker, som ikke forstår konteksten. Jeg vidste ikke, hvad jeg skulle gøre. Jeg vidste, at jeg ikke udtalte mig om mafia, og det var jo den sidste ‘trope’ jeg fik, som derfor blev placeret i den sidste tomme spot, nr. 5. Jeg romantiserede vel ikke mafia eller det modsatte for den sags skyld. Jeg vidste godt, at mafia på ingen måde var noget, der skulle romantiseres i virkeligheden, så jeg kunne også godt forstå, hvorfor personer med tættere kendskab hertil ikke mente, det var noget, man skulle romantisere. Skulle jeg kommentere og prøve at forklare mig selv, at det bare er for sjov og relateret til en fiktiv verden, der eksisterer i bøger. Jeg kunne ikke engang færdiggøre tanken, for det ville være håbløst at prøve og forklare. På BookTok er dark romance meget populært. Det er en subgenre af romantik, som indeholder mørke temaer og ofte advarsler om indhold, umoralske karakterer og plots med traumer og vold f.eks. mafia, stalking og kidnapning. Jeg tror, det er fantasien om det mystiske og farlige, som tiltrækker læsere, men jeg går også stærkt ud fra, at alle er enige om, at hvis de blev udsat for det i virkeligheden, ville det være noget andet. Men alt dette ved udefrakommende jo ikke nødvendigvis, og hvis de gør, kan jeg stadig godt forstå, hvorfor de måske ikke synes, det er særlig fedt. Skulle jeg fjerne deres kommentarer? nej det kunne heller ikke være en god idé. Jeg bestemte mig for, at det måtte være bedre ikke at skrive noget, da jeg umuligt kunne ‘vinde’ den samtale. Jeg var faktisk vildt utilpas og bange for, at folk så mig som et dårligt menneske. Mange andre brugere havde selv i kommentarerne udtrykt deres begejstring for bøger med denne ‘trope’, så jeg stod i det mindste ikke alene i kampen. En bruger var meget aktiv med at udtrykke, at man ikke skulle romantisere mafia på alle de kommentarer, som nævnte det. I nogle af kommentarsporene begyndte brugerne selv at forsvare deres interesse for mafia i bøger og det gjorde mig glad, at de forsøgte at forklare situationen, men jeg var også utilpas i at følge diskussionen.



Er BookTok godt eller skidt?

BookTok har skabt cirkulation både i appen men også i medierne udenfor ift., hvorvidt BookTok er en god eller dårlig ting. Førhen har man hørt at ungdommen bliver dummere, fordi de ikke læser. Nu er flere begyndt at læse, men så går kritikken på, at kvaliteten af bøger er blevet dårligere, så det læsning de foretager er ligegyldigt. Der er f.eks. nogle, som mener at kvaliteten af de bøger, som opnår popularitet, er dårlig, fordi sproget virker forhastet og historien gentager tidligere bøger. En bruger har lavet en video, hvor hun giver sit syn på bøgernes udvikling grundet BookTok:



Figur 19: TikTok, Ashli, are books turning into fast fashion?

"Are books becoming like fast fashion? (...) I have noticed within my own reading patterns recently that previously I would read a lot of books and I'd have at least 10 or 15 that would be books that would stick in my mind, books that I'd think about at least once a week. Whereas this year I can genuinely tell you that so many of the books I've been reading have felt like copy and paste versions of one another, and I feel as if that is because of trends that we've created, but we're not to blame (...) We all like tropes, particular scenes (...) they've [publishers] just seen 'oh they like these things, let's make a thousand different versions, and then that takes away the enjoyment (...) I feel as though a lot of it has been rushed recently (...) what will sell and what will sell fast (...) I can honestly say I probably have had 3 books that (...) will give me a long-lasting impact, all the others have been like 3 stars, this is okay, I probably won't be able to tell you what its about in six months (...) I do definitely feel like recently it has been about quantity over quality (...) rather than it being 'you take your time, you write this masterpiece, and you'll publish it when you're ready'

I kommentarsporet er mange enige i hendes udmelding og mener, at disse 'tropes' er blevet en identitetsmarkør for bøgerne uden, at de bliver udforsket grundigt i bøgerne, og at smut (et term for sexually explicit material) er begyndt at fylde for meget i bøger. Nogle kritiserer også smut for at give primært kvinder urealistiske forventninger til sex. Jeg stødte på en video med en bruger, der taler om, at smut for hende er en måde, hun kan udforske sine egne interesser og lyster på en tryk måde, da det foregår mellem hende og en bog:



Figur 20: TikTok, rad all the rad reads, smut is healing and i will not feel ashamed

"(...) being able to explore in the safety of reading a book, healthy sexuality, healthy exploration of pleasure, of desire, of intimacy, of love, of sex, of one's own body is good and healthy. Think about all the alternatives, all the places I could go, mostly involving other people or harm being done to other people or etc. (...) there is anything wrong with reading books where sex and sexuality are explored on the page, and me getting to read about them, think about that, meditate on that, work through what does this bring up in me, how does this make me feel (...) this is a healthy safe space where I by myself, with myself and in the safety of a book, where nobody is being harmed, nobody is being exploited or used against their will (...) being in the church world I had to hide what I read or the more steamy parts of my reading life (...) and I don't think that is necessary (...) some parts were explicitly steamy, and I'm here for it, that does not mean that I'm necessarily going to want to go live out those things (...) but reading about it was not bad (...)"

Andre brugere påpeger, at det handler om måden, disse bøger bliver anbefalet på, og at der er forskel på en underholdende bog og en velskrevet bog, og at begge ting er okay. En bruger har lavet en video, hvor han giver en anden vinkel på denne debat og sammenligner her disse dårligere skrevne bøger med reality.



Figur 21: TikTok, Daniel Alexander, discussion of BookToks legitimacy

"(...) there has been a flurry of discourse regarding BookTok and its legitimacy because of how much smut is in it, and it comes down to an advertising issues. People are confused of BookTok because it consistently hypes up incredibly poorly written novels and it's because people are confusing 'good' for 'entertaining'. Books like this [Icebreaker] are not well written literary masterpieces, they are not supposed to be, it's a sexual fantasy wrapped in the vaguest outline of plot to justify publishing, and that's okay (...) These books are reality show garbage and that's why they're so fun and why I support people reading them (...) there are actual books on BookTok that I would gut you for saying they're bad, most of them are written by Brandon Sanderson. People are lazy and don't want to do diligence to find an actual good book and it's why I dismiss these critiques out of hand (...) read whatever you want"

I kommentarerne er nogle brugere enige og udtaler, at der er forskel på underholdende bøger og velskrevne bøger, og at de nyder begge dele. En bruger har også kommenteret, at der er 'BookTok' og 'Spicy BookTok', og indikerer, at der er forskellige sider af dette. Det understreger også, hvorledes indholdet brugerne præsenteres for på BookTok er en afspejling af, hvad man tidligere har set, samt at det kan antages, at den primære målgruppe eller skaber af indhold på BookTok er unge kvinder, som primært læser romantiske bøger, hvormed det også er denne type indhold, der er mest af. En søgning på TikTok viser at #romancebooks har over 2.4 mio. opslag, #thrillerbooks har over 146 tusind opslag, #scifibooks har over 57 tusind opslag, #mysterybooks har over 41 tusind opslag, #literaryfiction har næsten 25 tusind opslag, #fantasybooktok har over 472 tusind opslag, #horrorbooks har over 97 tusind opslag, #classicliterature har over 31 tusind opslag, #queerbook har over 114 tusind opslag, #selfhelpbooks har over 51 tusind opslag, #christianbooks har næsten 17 tusind opslag, #nonfiction har over 75 tusind opslag og #businessbooks har over 11 tusind opslag. Det er derfor muligt at finde meget forskellige indhold, hvis blot man selv aktivt søger efter det, indtil algoritmen opfanger det.

BookTok udenfor BookTok

BookTokere er meget passionerede omkring BookTok og er ikke blege for at plante sig i videoer, som ikke umiddelbart er skabt med en intention om at være 'BookTok-indhold'. I en video har skaberen filmet sin kollega, der går rundt på kontoret velklædt i skjorte og slips. Videoen har fået en kommentar *"Booktok is going to go insane"* (28 tusind synes godt om og 66 svar), mens en anden har skrevet *"#booktok are we present and accounted for"* (2000 synes godt om og 87 svar). Dette skyldes interessen i bøger, hvor romantikken foregår mellem medarbejdere eller en leder og en medarbejder. Skaberen af denne video har set en mulighed for at få flere visninger, da samtlige af vedkommendes efterfølgende videoer gør brug af hashtagget #BookTok.



Figur 22: TikTok, *someoneiworkwith*, *Full time on set*

Da jeg en dag sad på TikTok, kom jeg forbi en video, der gjorde mig flad af grin. I videoen, der har fået over 6 millioner visninger og 25 tusind kommentarer, fortæller en forvirret englænder om en oplevelse han havde på TikTok. I videoen han refererer til, fortæller han om et bryllup og tager på et tidspunkt sine seler af, hvortil kommentarspor gik amok med BookTok-kommentarer. I videoen, hvor han adresserer oplevelsen, siger han:



Figur 23: TikTok, *imjoshfromengland2*, *Explain yourself right now*

"So I ended up on a side of TikTok that I've never seen before. I've never witnessed anything like this in my life. I need you to explain to me what is BookTok. I was simply making a video in my suit and the comments went crazy. I did something in that video unintentionally and everybody went crazy (...) This is what I did in my last video [Han viser]. I simply took off my suspenders and everybody went wild. What is BookTok. What is this side of TikTok that I've never heard of and I've never seen. It feels like a community I'm not even part of."

I kommentarsporet er der bl.a. skrevet *"Congrats. You unintentionally made a thirst trap. Bonus points for accent. Booktok loves you"* (65 tusind synes godt om og 73 svar), og *"BookTok – a collection of people, typically women, who read spicy books with questionable tropes while keeping a straight face"* (11 tusind

synes godt om og 137 svar). I endnu en video, som har over 900 tusind visninger og 7000 kommentarer, udtaler han igen, hvordan en lille handling skabte en stor reaktion.



"(...) I did something, I'm gonna show you now, that I did not think it would get this kind of reaction (...) This made women go crazy, I don't know why, I'm gonna show you (...) [han læner sig op ad en væg] A lean... I simply leaned (...) apparently leaning is a thing on BookTok (...) "

Figur 24: TikTok,
imjoshfromengland2, *Why is this a
thing?! Explain to me?!*

Han forstår ikke, hvordan noget så simpelt kan skabe så stor en reaktion, men igen i kommentarerne skriver brugere bl.a. *"I love how your so confused but you're still feeding all BookTok girlies"* (10.188 synes godt om og 30 svar), og *"Basically you summoned booktok. A bit like using an Ouija board. This is your life now"* (1503 synes godt om og 14 svar). Jeg syntes, det var så komisk, for jeg kunne sagtens se, hvad alle BookTok-kommentarerne refererede til ift. scener i forskellige bøger, som jeg havde læst. Samtidig kunne jeg også sagtens forstå, hvorfor en udefrakommende var totalt forvirret, for det virker også meget fjollet.

En dag sidder jeg på Kaffebaren i Aalborg for at skrive på mit speciale. Det fungerer ikke for mig at sidde derhjemme. For mange distraheringer og huslige ting, der pludselig skal gøres i stedet for. Kaffebaren er efterhånden blevet stedet, jeg altid kan gå hen og regne med, at jeg får produceret noget. Foran mig har to piger sat sig og imens jeg sidder og laver visualiseringen af TikToks mange wireframes, lægger jeg pludselig mærke til hvad de taler om. Den ene af pigerne, Lotte, sidder med en bog, *"den er lidt barsk, men det er jo også fordi forfatteren er meget ærlig"* fortæller hun. Jeg kigger op og ser, at bogen hun taler om er *I'm Glad My Mom Died* af Jennette McCurdy, en tidligere Nickelodeon-stjerne, der fortæller om sin barske opvækst i Hollywood med en mor der bl.a. kontrollerede hendes spisning. Jeg har hørt så meget om den bog, og set så mange interviews med hende, men har endnu ikke læst den. De begynder at snakke om den anden piges bog, *A Court of Silver Flames*, den sidste bog i ACOTAR-serien, som nok må siges at være en af de største serier på BookTok. Jeg har ikke kunne åbne appen en dag uden at støde på serien, og alligevel har jeg stadig ikke læst den. Jeg orker simpelthen ikke at begynde på den, for jeg synes bøgerne er så lange. *"Den er et 'easy read', men den første har meget World Building. Den er på den måde lidt ligesom Fourth Wing, men den er endnu lettere at læse"* siger

Mille. Fourth Wing har jeg læst, og jeg elskede den, så nu spidser jeg ørerne til, og selvom det måske ikke er god stil at lytte sådan med på andres samtaler, bliver jeg nødt til at høre mere. Det er jo materiale til mit speciale, fortæller jeg mig selv som undskyldning, men i virkeligheden synes jeg også bare det er sjovt at høre, når folk taler om bøger, især hvis jeg også har læst dem.

“Du har da også fået læst meget i april” insinuerer Mille, *“Ja 9 bøger”* siger Lotte og fniser. Mine øjne fordobles i størrelse over tanken om, at skulle læse 9 bøger på en måned. Hun fortæller, at hun godt kan lide at give dem anmeldelser på GoodReads. Hun begynder at fortælle om en bog, der er en ‘bully romance’, *“hvad er det?”* bryder Mille ind. Uh ja, tænker jeg mens jeg bekæmper et smil, det ved jeg, men det gør Mille tilsyneladende ikke. Lotte begynder at forklare plottet. *“Nogle gange har jeg lyst til at læse, men andre gange har jeg lyst til at lave noget passivt, som at se tv eller høre musik eller gå en tur. Når jeg læser er jeg meget investeret”* forklarer Mille, hvortil Lotte siger *“Jeg ser ikke så meget tv, det er faktisk mere aktivitet for mig at se tv end at læse en bog”*. Jeg studser over, at de oplever aktiviteten med at læse så forskelligt. Hvor Mille mener, det er en krævende aktivitet, der kræver, at hun fokuserer, er det for Lotte en afslappende aktivitet. For mig afhænger det lidt af genren. En romantisk bog kræver mindre fokus, da historien finder sted i en verden, man let kan genskabe, og handlingen er ikke nødvendigvis vild eller voldsom. Derimod synes jeg, fantasy-genren er meget krævende, da det stadig er en forholdsvis ny genre for mig, og jeg kender derfor ikke til alle de væsener eller regler, der oftest eksisterer i disse verdener. Der er også altid en større historisk baggrund bag handlingen i en fantasy, som jeg må fokusere for at forstå, og jeg er altid forvirret i den første del.

Senere fortæller Lotte at hun er ved at følge op på Bridgerton-serien, *“Jeg havde ikke set sæson 2, for selvom sæson 1 var en stor ting, så synes jeg den var lidt meh [lyder ikke imponeret], men den næste sæson handler om Colin og Penelope, og de er meget cute synes jeg, så den vil jeg gerne se”* siger hun. *“Jeg har også hørt at sæson 2 er bedre end sæson 1”* svarer Mille, mens jeg tænker JA, sæson 2 er meget bedre. Jeg har selv læst hele serien, og selvom den selvfølgelig gentager et nogenlunde ens handlingsforløb 8 gange, er det nu også bare en virkelig sød kærlighedshistorie.

“Jeg er ikke på TikTok eller BookTok, jeg ser det mere på Instagram” siger Mille og får igen min opmærksomhed rettet tilbage mod deres samtale. *“Min Insta[gram] er også fyldt med book memes”* fortæller Lotte, imens hun åbner appen og viser nogle til Mille. *“Hver gang jeg ser noget med ACOTAR så skynder jeg mig at scrolle for at undgå spoilers”* griner Mille og fortsætter *“jeg har en ret solid mappe med gemte boganbefalinger, og jeg interagerer næsten altid med bogvideoer. Jeg har virkelig mange book recommendations gemt, det er helt vildt”*. Lotte griner med og tilføjer *“Jeg har også en mappe med*

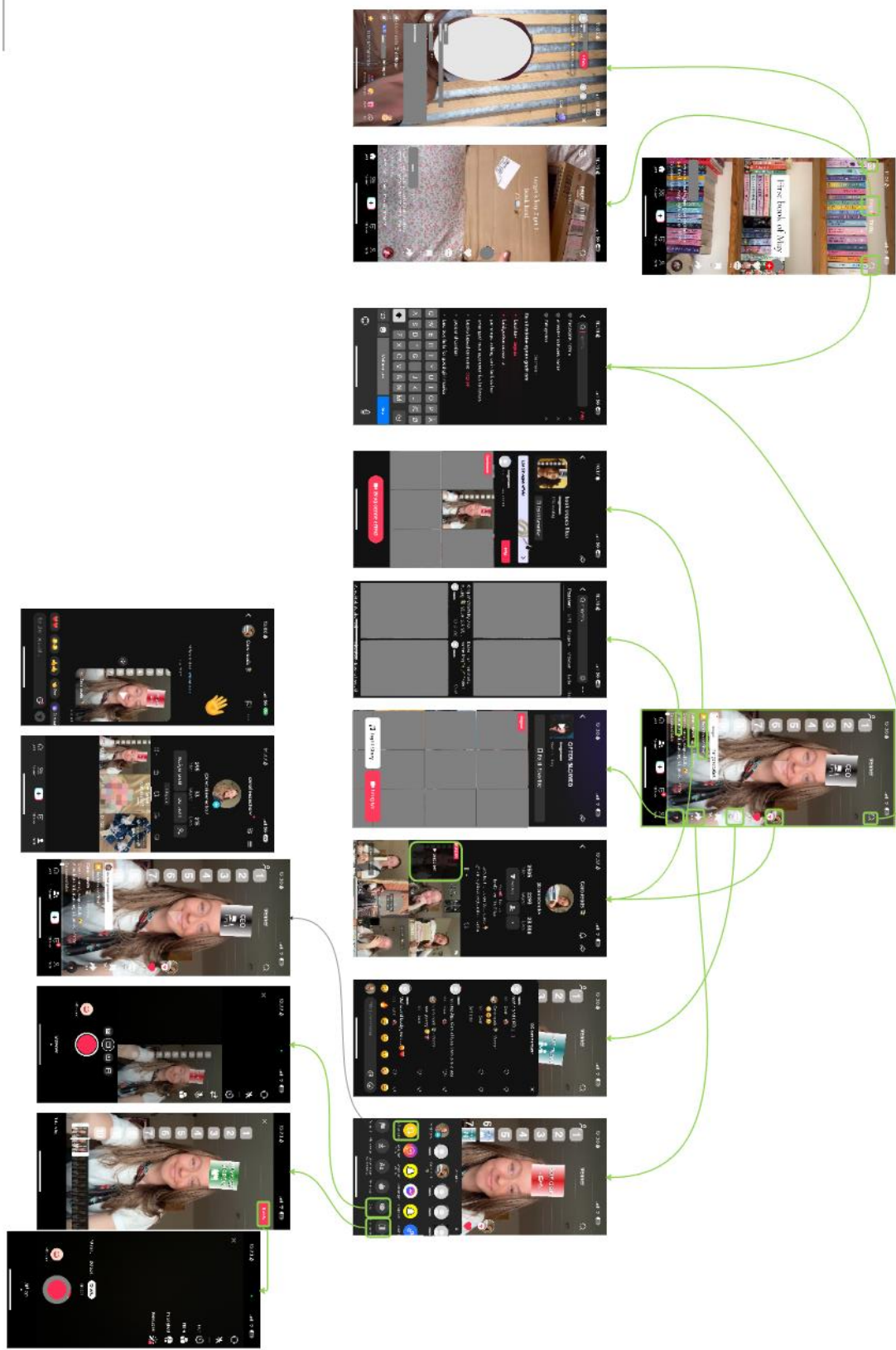
gemte billeder og videoer der bare hedder 'books'", hvortil Mille siger "*same*". Jeg tænker med det samme på den mappe jeg har gemt på min private TikTok-profil, hvor jeg også har gemt utallige bøger, og hvis de er bare en smule ligesom mig, så er det en liste, man aldrig kommer ordentligt i gang med faktisk at læse, fordi den vokser hurtigere end man kan nå at læse.

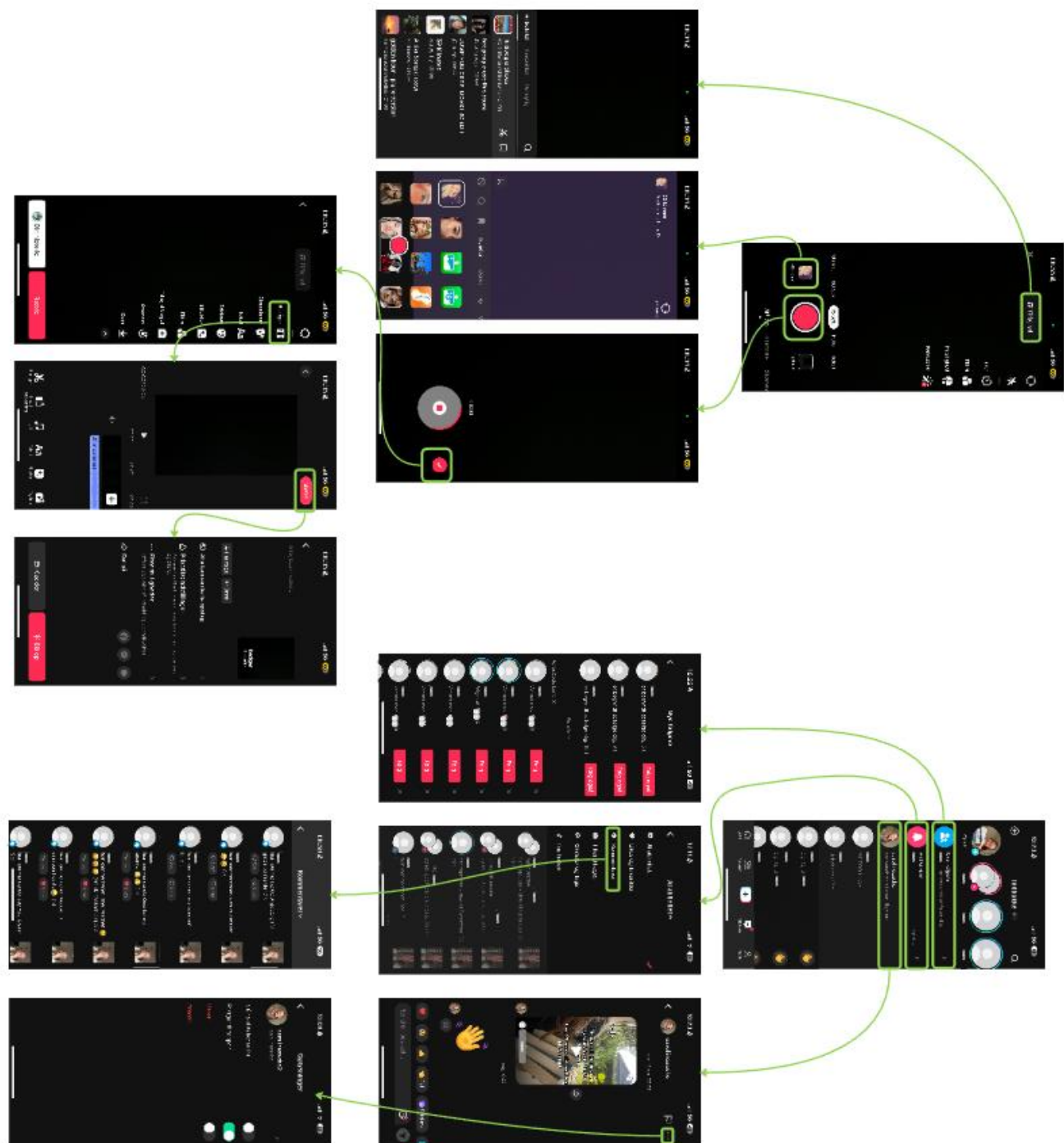
Figurliste

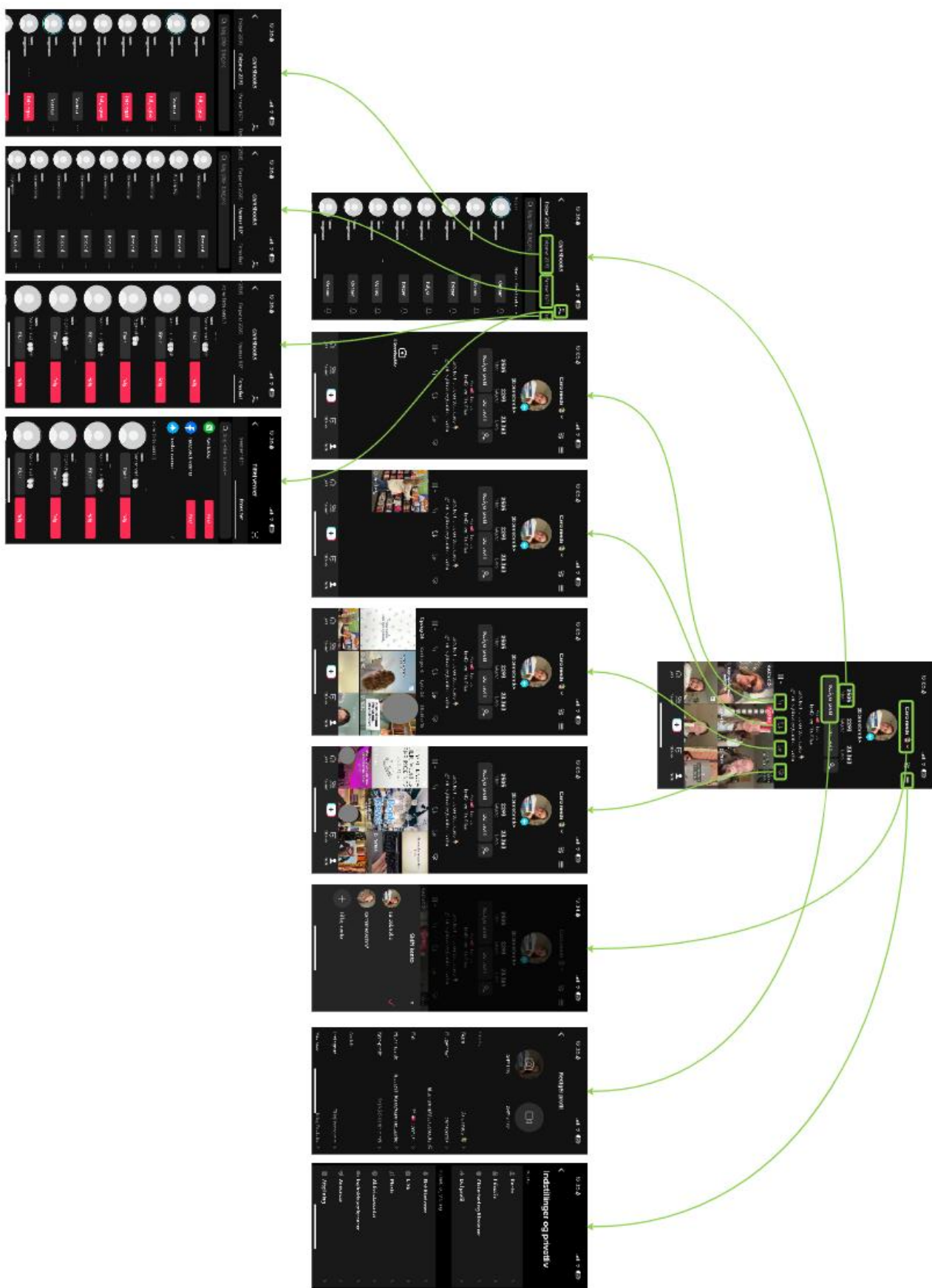
Figur 1: YouTube, Jack in the books, 'the 5 best books i've read in 2021 (so far), https://www.youtube.com/watch?v=KXrJ2jISq8E&t=85s	1
Figur 2: YouTube, Jack Edwards, i read tiktok's most popular books -- can booktok be trusted??. https://www.youtube.com/watch?v=QbKrYH9ujJg&t=481s	2
Figur 3: TikTok, Kierra Lewis, The Ritual af Shantel Tessier, https://www.tiktok.com/@kierralewis75/video/7244624575072537902?_r=1&_t=8mTtXmjZGcq	5
Figur 4: TikTok, Jonah Evarts, Brandon Sanderson teases new project, https://www.tiktok.com/@jonahevarts/video/7342935297841171755?_r=1&_t=8mX5hle3rdI	6
Figur 5: TikTok, Brandon Sanderson, 'Yes I did it again', https://www.tiktok.com/@authorbrandonsanderson/video/7342958322045242666?_r=1&_t=8mLMQyeSwhk	7
Figur 6: TikTok, Bog & idé Nytorv, Sammensæt din egen adventskalender, https://www.tiktok.com/@bogide.nytorv/video/7301994612028116257?_r=1&_t=8mVGNOOrOOIF ...	7
Figur 7: TikTok, Caro reads, Help choose my 1st advent book, https://www.tiktok.com/@carosbooks/video/7308025622285143329?is_from_webapp=1&web_id=7348716946282202657	10
Figur 8: TikTok, Caro reads, Reading journal 2023 flip through, https://www.tiktok.com/@carosbooks/video/7320242211105410336?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7348716946282202657	11
Figur 9: TikTok, Caro reads, All the books i read in 2023 reading journal flip through, https://www.tiktok.com/@carosbooks/video/7320323977031863585?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7348716946282202657	12
Figur 10: TikTok, Caro reads, Reading journal 2024 flip through, https://www.tiktok.com/@carosbooks/video/7320668316681375009?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7348716946282202657	12
Figur 11: TikTok, Caro reads, Rainbow challenge, https://www.tiktok.com/@carosbooks/video/7328786660542401824?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7348716946282202657	14
Figur 12: TikTok, Caro reads, Iron Flame part 2, https://www.tiktok.com/@carosbooks/video/7323726664846822689?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7348716946282202657	16

Figur 13: TikTok, Caro reads, After finishing Iron Flame, https://www.tiktok.com/@carosbooks/video/7325070192596225313?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7348716946282202657	16
Figur 14: TikTok, Caro reads, After finishing The Ballad of Never After, https://www.tiktok.com/@carosbooks/photo/7339147974066343200?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7348716946282202657	17
Figur 15: TikTok, Jolie Reads, growing your booktok account, https://www.tiktok.com/@jolie_reads/video/7326949639163481390?_t=8mEYEnYKPr6&_r=1	19
Figur 16: TikTok, Amanda, BookTok Follow Party, https://www.tiktok.com/@amandaisbooked/photo/7341896567525297438	21
Figur 17: TikTok, Caro reads, ‘The name of the book you’re currently reading is the new nickname for your cooch’, https://www.tiktok.com/@carosbooks/video/7359990724936404256?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7348716946282202657	22
Figur 18: TikTok, Caro reads, Book Trope Tier-Ranking, https://www.tiktok.com/@carosbooks/video/7361476389821812001?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7348716946282202657	23
Figur 19: TikTok, Ashli, are books turning into fast fashion?, https://www.tiktok.com/@kindagayash/video/7305489683440602401?_r=1&_t=8mEXWAqw3UX .	28
Figur 20: TikTok, rad all the rad reads, smut is healing and i will not feel ashamed, https://www.tiktok.com/@alltheradreads/video/7359952031974559018?_r=1&_t=8mEcSZCVd0S ...	28
Figur 21: TikTok, Daniel Alexander, discussion of BookToks legitimacy, https://www.tiktok.com/@dalecsander/video/7357473730416643370?_r=1&_t=8mEbNmRilGa	29
Figur 22: TikTok, someoneiworkwith, Full time on set, https://www.tiktok.com/@someoneiworkwith/video/7337563578133679367?_t=8mEMf0PQTZo&_r=1	30
Figur 23: TikTok, imjoshfromengland2, Explain yourself right now, https://www.tiktok.com/@imjoshfromengland2/video/7339728398954106144?_r=1&_t=8mEMj7l07BA	30
Figur 24: TikTok, imjoshfromengland2, Why is this a thing?! Explain to me?!, https://www.tiktok.com/@imjoshfromengland2/video/7340100950687878433?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7348716946282202657	31

Bilag 5: TikToks wireframes







Bilag 6: Litteraturgodkendelse

Litteraturgodkendelse



Thessa Jensen

I dag, 13:53

Caroline Zacho Roskær

Svar til alle

Hej Caroline,
Nedenstående litteraturliste er hermed godkendt.
Med venlig hilsen
Thessa

Fra: Caroline Zacho Roskær <cza19@student.aau.dk>

Dato: onsdag den 22. maj 2024 kl. 13.49

Til: Thessa Jensen <thessa@ikp.aau.dk>

Emne: Litteraturgodkendelse

Hej Thessa,

Hermed litteraturliste til godkendelse - 2137 sider

Anderson, L. (2006). Analytic autoethnography. *Journal of Contemporary Ethnography*, 35(4), 373-395. <https://doi.org/10.1177/0891241605280449>

Are, C. (2022). An Autoethnography of automated powerlessness: lacking platform affordances in Instagram and TikTok account deletions. *Media, Culture & Society*, 45(4), 822-840. <https://doi.org/10.1177/01634437221140531>

Atay, A. (2020). What is Cyber of Digital Autoethnography? *International Review of Qualitative Research*, 13(3), 267-279. <https://doi.org/10.1177/1940844720934373>

Bauman, Z. (2002). *Fællesskab: en søgen efter tryghed i en usikker verden*. Hans Reitzel

Birke, D. (2021). Social Reading? On the Rise of a "Bookish" Reading Culture Online. *Poetics Today*, 42(2), 149-172. <https://doi.org/10.1215/03335372-8883178>

Boffone, T., & Jerasa, S. (2021). Toward a (Queer) Reading Community: BookTok, Teen Readers, and the Rise of TikTok Literacies. *Talking Points*, 33(1), 10-16. <https://doi.org/10.58680/tp202131537>

Broeder, P., & Stokmans, M. (2013). Why should I read? - A cross-cultural investigation into adolescents' reading socialisation and reading attitude. *International Review of Education*, 59(1), 87-112. <https://doi.org/10.1007/s11159-013-9354-4>

Cerretani, J. F. (2023). Do I Belong on TikTok? Algorithmography and Self-Making. *Teaching Anthropology*, 12(1), 36-47. <https://doi.org/10.22582/ta.v12i1.681>

Cooper, R., & Lilyea, B. V. (2022). I'm Interested in Autoethnography, but How Do I Do It? *The Qualitative Report*, 27(1), 197-208. <https://doi.org/10.46743/2160-3715/2022.5288>

Currenti, M. (2023). TikTok as a Marketing Tool in the Hands of Publishers. *Logos*, 34(1), 24-37. <https://doi.org/10.1163/18784712-03104056>

Davis, J. L., & Chouinard, J. B. (2017). Theorizing Affordances: From Request to Refuse. *Bulletin of Science, Technology & Society*, 36(4), 241-248. <https://doi.org/10.1177/0270467617714944>

Delanty, G. (2003). Communities of dissent: the idea of communication communities. I G. Delanty, *Community* (ss. 111-130). Routledge

Delanty, G. (2003). Virtual community: belonging as communication. I G. Delanty, *Community* (ss. 167-185). Routledge

Delanty, G. (2003). Conclusion. I G. Delanty, *Community* (ss. 186-195). Routledge

Depexe, S., & dos Santos Freitas, M. J. (2023). "Tá, tá movimentando": a indústria editorial e TikTok no Brasil. *Comunicacao Midia a Consumo*, 20(58), 265-284. <https://doi.org/10.18568/cmc.v20i58.2802>

Dera, J., Brouwer, S., & Welling, A. (2023). #BookTok's appeal on ninth-grade students: An inquiry into students responses on a social media revelation. *Journal of Adolescent & Adult Literacy*, 67(2), 99-110. <https://doi.org/10.1002/jaal.1303>

Dezuanni, M., Reddan, B., Rutherford, L., & Schoonens, A. (2022). Selfies and shelfies on #bookstagram and #booktok – social media and the mediation of Australian teen reading. *Learning, Media and Technology*, 47(3), 355-372. <https://doi.org/10.1080/17439884.2022.2068575>

Ellis, C. (2004). *The ethnographic I: A methodological novel about autoethnography*. AltaMira Press

Ellis, C., Adams, T. E., & Bochner, A. P. (2011). Autoethnography: An Overview. *Historical Social Research*, 36(4), 273-290. <https://doi.org/10.17169/fqs-12.1.1589>

Engeström, Y. (1999). Activity theory and individual and social transformation. I Y. Engeström, R. Miettinen & R.-L. Punamäki (red.), *Perspectives on Activity Theory* (ss. 19-38). Cambridge University Press

- Engeström, Y. (2014). The Emergence of Learning Activity as a Historical Form of Human Learning. I Y. Engeström, *Learning by Expanding: An Activity-Theoretical Approach to Developmental Research* (2. udg., ss. 25-108). Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9781139814744>
- Engeström, Y. (2014). The Zone of Proximal Development as the Basic Category of Expansive Research, *Learning by Expanding: An Activity-Theoretical Approach to Developmental Research* (2. udg., ss. 109-168). Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9781139814744>
- Engeström, Y. (2018). Expansive Learning. I K. Illeris (red.), *Contemporary Theories of Learning - Learning Theorists ... In Their Own Words* (2. udg., ss. 46-65). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315147277>
- Fujita, N., & Brett, C. (2008). Rethinking analysis of progressive discourse in online learning: An activity theory perspective. *Proceedings of the 8th International Conference on International conference for the Learning Sciences - ICLS 2008*, 1, 248-256. <https://dlnext.acm.org/doi/abs/10.5555/1599812.1599841>
- Garrett, J. J. (2011). The Skeleton Plane. I J. J. Garrett, *The Elements of User Experience: User-Centered Design for the Web and Beyond* (2. udg., ss. 106-131). New Riders
- Geertz, C. (1973). Thick Description: Toward an Interpretive Theory of Culture. I C. Geertz, *The interpretation of cultures: selected essays* (ss. 3-30). Basic Books
- Guehring, K. (2023). From BookTok to Bookshelf: Algorithms and Book Recommendations on TikTok. Master's thesis, *The University of Bergen*. https://bora.uib.no/bora-xmlui/bitstream/handle/11250/3072775/MAThesis_FinalVersion.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Guíñez-Cabrera, N., & Mansilla-Obando, K. (2022). Booktokers: Generating and sharing book content on TikTok. *Comunicar*, 30(71), 119-130. <https://doi.org/10.3916/C71-2022-09>
- Haenfler, R. (2014). *Subcultures: The basics*. Routledge
- Harasim, L. (2017). Collaborativist Scenarios – Online Communities of Practice. I L. Harasim, *Learning Theory and Online Technologies* (2. udg., ss. 156-183). Routledge
- Harasim, L. (2017). Constructivist Learning Theory. I L. Harasim, *Learning Theory and Online Technologies* (2. udg., ss. 61-79). Routledge
- Hebdige, D. (1979). From culture to hegemony. I D. Hebdige, *Subculture* (ss. 5-19). Routledge
- Hebdige, D. (1979). Part Two: A reading. I D. Hebdige, *Subculture* (ss. 71-140). Routledge
- Jenkins, H. (2006). Interactive Audiences? The "Collective Intelligence" of Media Fans. I H. Jenkins, *Fans, bloggers, and gamers: exploring participatory culture* (ss. 134-151) New York University Press.
- Jenkins, H. (2009). *Confronting the Challenges of Participatory Culture*. The MIT Press.
- Jenkins, H., Ford, S., & Green, J. (2013). What constitutes meaningful participation? I H. Jenkins, S. Ford & J. Green, *Spreadable Media - Creating Value and Meaning in a Networked Culture* (ss. 153-194). NYU Press.
- Jensen, J. F. (1998). 'Interactivity' - Tracking a New Concept in Media and Communication Studies. *Nordicom Review*, 12(1), 185-204.
- Jerasa, S., & Boffone, T. (2021). BookTok 101: TikTok, Digital Literacies, and Out-of-School Reading Practices. *Journal of Adolescent & Adult Literacy*, 65(3), 219-226. <https://doi.org/10.1002/jaal.1199>
- Jerrim, J., & Moss, G. (2019). The link between fiction and teenagers' reading skills: International evidence from the OECD PISA study. *British Educational Research Journal*, 45(1), 181-200. <https://doi.org/10.1002/berj.3498>
- Kietzmann, J. H., Hermkens, K., McCarthy, I. P., & Silvestre, B. S. (2011). Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media. *Business horizons*, 54(3), 241-251. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2011.01.005>
- Levine, S. L., Cherrier, S., Holding, A. C., & Koestner, R. (2022). For the love of reading: Recreational reading reduces psychological distress in college students and autonomous motivation is the key. *Journal of American College Health*, 70(1), 158-164. <https://doi.org/10.1080/07448481.2020.1728280>
- Low, B., Ehret, C., & Hagh, A. (2023). Algorithmic imaginings and critical digital literacy on #BookTok. *New Media & Society*, 1-18. <https://doi.org/10.1177/14614448231206466>
- Mack, K., McDonnell, E. J., Findlater, L., & Evans, H. D. (2022). Chronically Under-Addressed: Considerations for HCI Accessibility Practice with Chronically Ill People. *Proceedings of the 24th International ACM SIGACCESS Conference on Computers and Accessibility (ASSETS '22)*, 9, 1-15. <https://doi.org/10.1145/3517428.3544803>
- Maddox, J., & Gill, F. (2023). Assembling "Sides" of TikTok: Examining Community, Culture, and Interface through a BookTok case. *Social Media + Society*, 9(4), 1-12. <https://doi.org/10.1177/20563051231213565>
- Martens, M., Balling, G., & Higgason, K. A. (2022). #BookTokMadeMeReadIt: young adult reading communities across an international, sociotechnical landscape. *Information and Learning Science*, 123(11/12), 705-722. <https://doi.org/10.1108/ILS-07-2022-0086>
- Merga, M. K. (2017). What motivates avid readers to maintain a regular reading habit in adulthood? *Australian Journal of Language and Literacy*, 40(2), 146-156. <https://doi.org/10.1007/BF03651992>
- Merga, M. K. (2021). How can Booktok on TikTok inform readers' advisory services for young people? *Library & Information Science Research*, 43(2), 1-10. <https://doi.org/10.1016/j.lisr.2021.101091>
- Morville, P., & Callender, J. (2010). Users. I P. Morville & J. Callender, *Search Patterns: Design for Discovery* (ss. 26-29). O'Reilly.

Newton, G., & Southerton, C. (2023). Situated Talk: A method for reflexive encounter with #donorconceived on TikTok. *Media International Australia*, 186(1), 66-80. <https://doi.org/10.1177/1329878X211064646>

Nicoll, K. (2023). Using BookTok and Bookstagram as an Author. *Logos*, 34(1), 38-43. <https://doi.org/10.1163/18784712-03104057>

Olave, M. A. T. (2020). Book love. A cultural sociological interpretation of the attachment to books. *Poetics*, 81, 1-11. <https://doi.org/10.1016/j.poetic.2020.101440>

Reddan, B. (2022). Social reading cultures on BookTube, Bookstagram, and BookTok. *Synergy*, 20(1), 1-12. <http://slav.vic.edu.au/index.php/Synergy/article/view/597>

Schön, D. A. (1983). From Technical Rationality to Reflection-In-Action. I D. A. Schön, *The Reflective Practitioner: How Professionals Think in Action* (ss. 21-69). Routledge.

Southerton, C. (2021). Lip-syncing and Saving Lives: Healthcare Workers on TikTok. *International Journal of Communication*, 15, 3248-3268. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/16900/3498>

Vahed, A., Mtapur, O., Ross, A., & Searle, R. (2018). Research as Transformation and Transformation as Research. I E. Bitzer, L. Frick, M. Fourie-Malherbe & K. Pyhältö (red.), *Spaces, journeys and horizons for postgraduate supervision* (ss. 315-334). Sun Press.

Vygotsky, L. (1986). The Development of Scientific Concepts in Childhood: The Design of a Working Hypothesis. I L. Vygotsky, *Thought and language* (ss. 146-209). The MIT Press.

Wenger-Trayner, E., & Wenger-Trayner, B. (2015). *Introduction to communities of practice - a brief overview of the concept and its uses*, <https://www.wenger-trayner.com/introduction-to-communities-of-practice>

Wiederhold, B. K. (2022). BookTok Made Me Do It: The Evolution of Reading. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 25(3), 157-158. <https://doi.org/10.1089/cyber.2022.29240.editorial>

Mvh. Caroline