

Bibliotekarstudentens nettleksikon om litteratur og medier

Av Helge Ridderstrøm (førsteamanuensis ved OsloMet – storbyuniversitetet)

Sist oppdatert 16.06.23

Om leksikonet: https://www.litteraturogmedieleksikon.no/gallery/om_leksikonet.pdf

Bokklubb

“A commercial company that sells new books and backlisted titles by mail to subscribers who agree to purchase a minimum number of titles per year at discount prices, usually from main, alternate, or special selections offered on a monthly basis that may be rejected or returned by the subscriber. To attract new subscribers, an introductory offer of free or heavily discounted titles may be made in exchange for a minimum purchase commitment. Some book clubs offer books of general interest (example: Book-of-the-Month Club); others specialize by genre (mystery, science fiction, etc.), subject (gardening), or academic field or discipline (history).” (Joan M. Reitz i http://lu.com/odlis/odlis_c.cfm; lesedato 30.08.05)

Bokklubber er basert på medlemskap og at medlemskapet forplikter medlemmet til å kjøpe et minimum av bøker fra bokklubbens tilbud i et bestemt tidsrom.

Spesielt i områder med få bokhandel-butikker har bokklubbene gitt lesere tilgang til litteratur (Schütz 2010 s. 75). Det finnes bokklubber med religiøs, ideologisk-politisk eller en annen profil på bøkene som tilbys (Schütz 2010 s. 74). Et eksempel er det amerikanske forlaget Doubleday, som “established the first true crime book club in 1992” (<https://pdf.sciencedirectassets.com/271758/1-s2.0-S0047235200X00098/1-s2.0-0047235295000028/main.pdf>; lesedato 28.01.20).

“Redan från starten 1954 förenade redaktören Stig Carlson utgivningen av tidskriften *Lyrikvännen* med bokutgivning under förlagsnamnet Folket i Bilds Lyrikklubb. Varje abonnent på tidskriften blev samtidigt klubbmedlem med möjlighet att köpa böckerna till särskilt pris. Ekonomiskt stod veckotidningen *Folket i Bild* med sin omfattande förlags- och föreningsverksamhet bakom projektet, och folkbildningstanken uttrycks tydligt i programförklaringen på baksidan av de första bokutgåvorna: “FiB:s Lyrikklubb vill främja intresset för god lyrik genom att skapa ökade direkta kontakter mellan diktarna och allmänheten, sprida kunskaper om lyrik och lyrikläsning, popularisera lyrikläsandet i hem, skola och inom föreningsliv samt förse lyrikläsaren med god lyrik till folkbokspriser.” Bokutgivningen inleddes med antologin *Diktarröster. Nio kritiker om fjorton svenska lyriker*, vilken redigerats av Stig Carlson och utgjorde klubbens årsbok 1954. [...] Antologier intog som synes en viktig plats i utgivningen. Totalt utkom

inte färre än 43 stycken i Lyrikklubbens namn. De var oftast geografiskt bestämda, ibland även tidsmässigt som Bengt Jangfeldts och Björn Juléns *Rysk poesi 1890-1930*, vilken utgavs 1972 och ingick i en kortare, inofficiell serie där också amerikansk och fransk 1900-talspoesi presenterades.” (http://www.oversattarlexikon.se/artiklar/FiBs_Lyrikklubb; lesedato 10.04.18)

“The pioneer Book-of-the-Month Club [i USA] mailed its first book to its initial 5,750 members in April 1926; at year’s end there were ten times as many members and the club had gained the outstanding success that it still enjoys. At the end of the twentieth century there are hundreds of such clubs around the world.” (Kilgour 1998 s. 114)

Book of the Month “is a US-based monthly book subscription club in which you choose from a selection of 5 newly released/soon to be released (hardcover) books handpicked and curated by the Book of the Month judges for you to choose from each month. There is Book Of The Month (mostly adult fiction and non-fiction picks of all genres) and then the newer offshoot Book Of The Month YA club which features young adult/teen selections (again 5 selections each month). [...] it was founded in 1926 (and Ernest Hemingway was one of the inaugural authors picked!). [...] Each month you will get a choice of the 5 books on the website for the new month. It gives a “quick take” sentence about the book but if you click on the title of the book it will give you a full synopsis but also some quick little “good to know” bits about the book from it being emotional to any content warnings to knowing that it’s a good book for x, y, z. It also gives the little blurb by the judge who chose it about why they did.” (bloggeren Jamie i <https://www.perpetualpageturner.com/book-of-the-month-club-review/>; lesedato 19.05.20)

Den norske Bokklubben ble etablert i 1961 av forlagene Aschehoug og Gyldendal. De to forlagene Tiden og Cappelen ble medeiere i 1964 (Cappelen trakk seg i 1990 og startet sin egen bokklubb Cappelens Bokklubb i 1992). Bokklubben Nye Bøker startet i 1976. “De sentrale forlagene Gyldendal, Aschehoug, Cappelen og Tiden gikk [i 1961] sammen om å selge noen av sine bøker gjennom bokklubbsystemet – ikke bare norske, men også oversatte utenlandske bøker, gjerne kjente forfattere og deres verker, som for eksempel den aller første utgivelsen, nobelprisvinneren Pearl S. Bucks “Den gode jord”. Allerede etter kort tid hadde Den norske bokklubben 15 000 medlemmer, et tall som økte til 100 000 i 1969. I dag [2017] teller Den norske bokklubben 200 000 medlemmer. Suksessen ble fulgt opp med nye avleggere: Bokklubbens Barn i 1971 og Bokklubben Nye Bøker i 1976. Det ble en økonomisk vellykket basis både for eierforlagene og forfatterne. Det vil si for de forfatterne som lyktes å få gitt ut Månedens bok.” (Stenstad 2017 s. 19)

“Bokklubbvirksomheten startet på 1960-tallet med Den norske Bokklubben som den første i 1961. I 1983 var det registrert i alt 25 bokklubber. Av disse var 6 bokklubber for barn. Bokklubbens Barn, Donald Ducks Bokklubb, Disney Junior Bokklubb, Donald Ducks Bokklubb 7 pluss, Barneringen og Barnas Bokpakke.

Bokklubbens Barn, som eies av de store forlagene Gyldendal, Cappelen, Aschehoug og Tiden, gir ut både norske og oversatte bøker. Bøker av norske forfattere må være utgitt minst to år tidligere før de kommer som medlemstilbud. I sjeldne tilfeller gir bokklubben ut bøker som ellers ikke vil bli utgitt på grunn av for store produksjonsomkostninger. Bokklubbens Barn hadde i 1983 et medlemstall på 76 000, bare 5000 mer enn Donald Ducks Bokklubb med 70 000.” (Ruth Jenssen i Birkeland og Risa 1993 s. 157-158)

“Ved å organisere salget av bøker gjennom abonnementer, ble det igjen mulig å beregne sikre opplagstall og sikker profitt. Så da Den norske Bokklubben ble etablert av forlagene Gyldendal, Aschehoug, Tiden Norsk Forlag og Cappelen i 1961, var det med en ordning der medlemmer fikk tilsendt alle bøker de ikke avbestilte, der tidligere utgitte bøker ble trykket i ny utgave. Litt over ti år senere, i 1973, hadde klubben 218 600 medlemmer. I 1976 kom Bokklubben Nye Bøker til, hvor man for første gang kunne by medlemmene nyutgitt samtidsliteratur. I årene som fulgte, vokste bokklubbene i antall, størrelse og innflytelse, til et slikt punkt at det ikke er noen reell motsetning mellom å beskrive dem som en sentral del av etterkrigstidens folkeopplysningsprosjekt, og (for å sitere Dag Solstad i 1981) som “en fantastisk maktkonsentrasjon” og – “den største trusselen mot skjønnlitteraturen”, der “noen få velger ut hva som skal selges i kjempeopplag”. Å få romanen sin valgt ut i Bokklubben Nye Bøker kunne gi så mye gevinst og oppmerksomhet at det ble sammenlignet med å vinne i lotto. Hovedårsaken til at de ble så store som de ble, skyldtes en avtale som gjorde at bokklubbene, i motsetning til bokhandlerne, kunne selge nye bøker med 25 prosent rabatt.” (Elise Dybvig i *Morgenbladet* 28. august–3. september 2020 s. 38-39)

Olav Duun har ikke “vore nokon bestseljar opp gjennom åra. Det seier kanskje litt om storleiken på hans publikum at da Den Norske Bokklubben gav ut *Medmenneske* som Månadens bok rundt 1970, vart det i *ei* vending selt fleire eksemplar enn den samla produksjonen av Duuns verk til da hadde gått i, rundt 100.000. Like mykje seier dette opplagstalet kanskje om effektiviteten i nye former for bokomsetnad.” (Einar Vannebo i ekstrasnummer av *Dag og tid* 26. september 1996 s. 21)

“Bokklubbane har ein sterk posisjon i Noreg, både økonomisk og kulturelt. Utan bokklubbane ville færre ha kjøpt og lese den nye skjønnlitteraturen. Bokklubbane kan hevdast å vera den største distriktsbokhandelen i landet, men det kan òg hevdast at suksess for bokklubbane gjer tilhøva vanskelegare for dei lokale bokhandlane. Talet på bokklubbar har vore stabilt dei seinare åra, bortimot 50 med smått og stort. Dei fleste store norske bokklubbane er kvalitetsbokklubbar, mens det vanlege i store klubbar i utlandet er tilbod om lettare underhaldningslitteratur. De norske Bokklubbene er den største klubbeigaren med bortimot 750000 medlemsskap, elleve klubbar og fire abonnementsseriar. Eigarar er Aschehoug og Gyldendal med 48,5 pst. kvar og Pax med 3 pst. Halvparten av norske husstandar har medlemskap i éin eller fleire bokklubbar, og det vert selt om lag 2000 titlar i

året gjennom klubbane. At bokklubbøkene er 25 pst. billigare enn i bokhandelen, medverkar til å gjera dei populære, jamvel om det når påslag av porto og ekspedisjonsgebyr kjem til, er tale om ein nettorabatt på om lag 15 pst. Klubbane er ikkje medlemmer av bransjeforeiningane, og i bransjeavtalen er dei nemnde med eit pålegg til forlaga om å avgrensa medlemsrabatten til 25 pst., ikkje nytta bøker utgjevne dei siste ni månadene til medlemsverving og heller ikkje i vervekampanjar like før jul. I ein eigen avtale mellom bokklubbane og bokhandlarforeininga har bokhandlarane gått med på prisskilnaden for bokklubbøker. Dei store bokklubbane er nybok-klubbar som sel vanlege bokhandelutgåver frå utgjevingsdagen i direkte konkurranse med bokhandlane. Mellom dei landa som har fast eller regulert pris, har dei norske bokklubbane dei friaste vilkåra. Nesten overalt i fastprislanda i Europa har nye titlar karantene i minst eit halvt år før bokklubbsalet kan ta til, og for å vera medlem må ein kjøpa ei viss mengd bøker kvart år og vera medlem ei viss tid.” (St.meld. nr. 48, 2002-03: *Kulturpolitikk fram mot 2014* s. 204)

Bokklubber praktiserer vanligvis såkalt negativ opsjon, dvs. at kundene får tilsendt månedens bok hvis de ikke avbestiller den.

“Bokklubben Nye Bøker ble startet den 31. august 1976. Klubben har per 1. januar 2004 gitt ut 369 hovedbøker. Av disse er 209, eller 56 prosent, skrevet av norske forfattere. [...] 19 norske forfattere har hatt tre eller flere hovedbøker. Listen toppes av Gunnar Staalesen, Knut Faldbakken og Karsten Alnæs, tett fulgt av Kjartan Fløgstad, Herbjørg Wassmo og Tove Nilsen. Ni oversatte forfattere har hatt tre eller flere hovedbøker. Listen toppes av John le Carré, John Irving og Isabel Allende. Medlemsbladet Nye Bøker kommer ut cirka 20 ganger i året. Det inneholder bokomtaler, forfatterintervjuer, utdrag fra bøkene og tidligere utgivelser. Medlemmer får 12,5 % rabatt i forhold til bokhandelspris på bøkene som blir presentert i Nye Bøker. Hovedbøkene du ikke avbestiller, blir sendt portofritt rett hjem til postkassen din. Originalutgaven av boka får du kjøpt samtidig som den kommer i bokhandelen.” (<http://www.bokklubben.no/>; lesedato 06.08.12)

En bokklubb-utgave av et verk er en “edition of a book offered for sale by a book club on a mail-order basis. Copies may be purchased by the club from the publisher’s stock (usually at a discount) or specially reprinted for club distribution. An edition produced solely for distribution to book club subscribers can usually be distinguished from the trade edition of the same title by the inferior quality of paper and binding, the absence of a price on the dust jacket, and other distinctive markings” (Joan M. Reitz i http://lu.com/odlis/odlis_c.cfm; lesedato 30.08.05).

Den norske Bokklubben sendte i 1975 ut over 2 millioner bøker til sine medlemmer (ifølge et *Bindestrecken*-nummer i 1975). “Mellom 1961 til 2011 sendte Bokklubben ut mer enn 120 millioner bøker til norske husstander” (Elise Dybvig i *Morgenbladet* 28. august–3. september 2020 s. 40) “I bokklubbenes storhetstid var 80 prosent av medlemmene kvinner.” (*Dagbladet* 14. oktober 2013 s. 5) “[M]edlemmene i Den Norske Bokklubben har kåret bøkene hennes om

Innhaugfolket til de mest populære i Bokklubbens historie.” (Heidi B. Amundsen i et forfatterportrett av Anne Karin Elstad, utgitt av Biblioteksentralen i 1993)

Eksempler på andre norske bokklubber: “Babyglede er en del av J. W Cappelens Forlag AS og er en nettbokklubb for gravide og småbarnsforeldre. [...] Bokklubben Energica har bøkene som utfordrer dine vante oppfatninger og viser deg dine ubegrensede muligheter som menneske. Her vil du finne mange herlig annerledes bøker for sjel, kropp og sinn. [...] Go’bokens mål er å støtte ditt barns utvikling – og å gi dere gode lesestunder sammen! Det gjør vi ved å tilby deg varierte og alderstilpassede barnebøker fra 0-6 år. Redaktøren vår har valgt ut barnebøker som styrker samspillet, barnets språkutvikling, sosiale kompetanse og kreativitet. Temaene vil bidra til at barnet lærer om seg selv og sine omgivelser. [...] Hegnar Medias Bokklubb tilbyr bøker innen økonomi, finans og næringsliv. [...] Hobbyklubben er et stort felleskap for deg som liker å være kreativ, enten du maler, strikker, hekler eller syr. Her møter du de aller beste av norske forfattere innen hobbyverden!” (<http://www.fou.no/katalog/bokklubber>; lesedato 06.08.12)

“I 1988 ble det solgt 800 000 bøker til barn og ungdom gjennom bokklubbene [...]. Bøkene kommer hjem til medlemmene med posten. Sammen med bøkene følger medlemsblad som orienterer om nye bøker og eventuelle andre tilbud. For foreldre er et bokklubbmedlemskap til barna en enkel måte å sikre dem bøker på.” (Ruth Jenssen i Birkeland og Risa 1993 s. 157)

“I 2006 kjøpte Bokklubbene nettbokhandelen Bokkilden fra Schibsted og fusjonerte denne med sin egen nettbokhandel MAO.” (*Dagbladet* 8. januar 2011 s. 69)

“From the point of view of traditional print culture there have been several waves of digitization of the book trade. The first consisted of book clubs using address databases for targeted marketing to various demographic groups, gradually identifying smaller and smaller segments of the market, increasing cost-effectiveness in advertising and enabling book publishers to discern prospective groups of buyers.” (Johan Svedjedal i http://www.littvet.uu.se/forskning/Publikationer,+avhandlingar+och+oppsatser/skrifter_littsoc/literary_web_introduction/; lesedato 12.08.16)

I 2009 ble Norges første dokumentarbokklubb etablert (*Aftenposten* 21. august 2009 s. 8). “Bokklubben Fakta er Norges største bokklubb for deg som ønsker kunnskaper og gode leseopplevelser. Du vil få tilbud om bøker som speiler verden og samfunnet vi lever i, som er aktuelle, interessante og som holder deg oppdatert.” (<http://www.bokklubben.no/SamboWeb/>; lesedato 19.09.12) Første bok i 2009 var Mads Gilbert og Erik Fosses *Øyne i Gaza* (2009).

Det har blitt hevdet at de norske bokklubbene “satser på få og utvalgte forfattere. Begrep som klippekortforfattere, gjengangere og bokklubbadel er samlebetegnelser

som brukes om forfattere som ofte blir utgitt i bokklubb. [...] Bokklubbavtalen fra 1976 ble reforhandlet i 1992. Fram til 1992 gjaldt en regel som påla bokklubbene å opprettholde en tre års karanteneperiode for forfatterne sine. En forfatter måtte med andre ord vente tre år fra han/hun kom med hovedbok, til neste hovedbokutgivelse. Bokklubbene ble på denne måten pålagt en viss spredning i forhold til hvilke forfattere de presenterte med hovedbøker. Da avtalen ble reforhandlet i 1992, gikk man bort fra denne ordningen, fordi den ikke ble sett som nødvendig. En forfatter kan nå komme i bokklubb hvert år. [...] Forfatterne som kom med sin første hovedbok sent på 70-tallet eller tidlig på 80-tallet har naturlig nok hatt flere muligheter til å gi ut hovedbøker enn de forfatterne som har kommet til etter hvert. Derimot er det bemerkelsesverdig at det er færre fra bokklubbadelen som kom med sin første hovedbok i bokklubb i løpet av siste halvdel av 80-tallet, enn det har vært på midten 90-tallet. Dette er oppsiktsvekkende fordi man naturlig nok ikke kan forvente at de bokklubbdebuterende på 90-tallet skal ha rukket å bli adlet. Forfatterne som kom inn i bokklubb sent på 80-tallet, derimot, har hatt flere muligheter til å komme i bokklubb, uten at det ser ut til å ha hatt noen innvirkning.” (<http://www.dagbladet.no/litteratur/ordskiftet/tema/bokklubbene/kap6.doc>; lesedato 26.07.12)

“Reforhandlingen av bokklubbavtalen er den bakenforliggende årsaken til at det i det hele tatt kan være noen forfattere med bokklubbdebut på 90-tallet blant de adlede. De tre dette gjelder, Anne Holt (6 hovedbøker i Nye Bøker), Anne Karin Elstad (3 i Nye Bøker) og Karin Fossum (også 3 i Nye Bøker), har kommet forholdsvis tett i løpet av 90-tallet. Det samme gjelder andre som ligger høyt på listen over mye utgitte forfattere. Forfattere som fram til 1992 kom fast hvert tredje år, kommer nå nærmest årlig. Blant disse er Gunnar Staalesen (77, 83, 86, 91, 93, 95, 97, 98), Knut Faldbakken (78, 82, 85, 88, 91, 93, 96, 97) og Herbjørg Wassmo (83, 86, 89, 92, 95, 97). De fleste av forfatterne fra bokklubbadelen har kommet med to eller flere hovedbøker etter opphevelsen av karantenen. Dette står i kontrast til situasjonen på 80-tallet, da de færreste kom like ofte som regelen tillot. Man må imidlertid være klar over at antallet hovedbøker har økt i løpet av de siste årene. Dette fører til at selv om man nå satser tungt på bokklubbadelen, er det fortsatt plass igjen til enkelte nye forfattere.” (<http://www.dagbladet.no/litteratur/ordskiftet/tema/bokklubbene/kap6.doc>; lesedato 26.07.12)

Forfatteren Bror Hagemann har kritisert utvalget av bøker i Bokklubben Nye Bøker: “Naiv. Super (Loe), Berlinerpoplene (Ragde), Innsirkling (Tiller), Min Kamp 1 (Knausgård) er bare få av utallige eksempler på bøker som ble refusert for utgivelse i Nye Bøker, neppe fordi redaktørene mente de var så dårlige, men fordi man ikke trodde de ville selge godt nok. I stedet slapp man fram en lavine av middelmådig krimlitteratur og annen oppskriftsprosa, ispedd en og annen forventet kritikkersuksess, for å opprettholde kvalitetsimage. “Det beste! Det beste!” Etablerte forfattere ble hyret inn, og lot seg kjøpe, til å gi overstrømmende anbefalinger av bøker de privat kunne innrømme at de knapt orket å lese ferdig. [...] Etter at bokklubbobla sprakk i og med bransjeavtalen av 2005, som fratok dem

privilegier, har forlagene og deres ulike salgskanaler (i vår tid gjerne ett og samme konsern) igjen hovedansvaret for å få litteraturen ut til folket, og de tar oppgaven på alvor. Spissingen og målstyringen mot visse markedssegmenter og målgrupper blir stadig mer profesjonell. I virkeligheten eksisterer det i dag en kompakt mur av kampanjetiltak, slagord og ulike former for blendverk mellom den alminnelige leser og litteraturen, en mur man skal være ualminnelig interessert og/eller kvalifisert for å trenge gjennom.” (<http://www.dagbladet.no/>; lesedato 07.06.11)

Kristenn Einarssons bok *En bokpushers bekjennelser* (2012) handler blant annet om hans tid som leder for Den Norske Bokklubben. “ “Det store folkeopplysningsprosjekt” ble det kalt, da Den Norske Bokklubben ble stiftet i 1961 med mektige Knut Giæver ved roret. Den unge islendingen Einarsson ble hans kronprins. Han ble direktør i de samlede Norske bokklubber som på sitt beste solgte mer enn 70 prosent av all skjønnlitteratur. I 2003 hadde de 750 000 medlemmer, og sendte ut 3,3 millioner bøker. Økonomen Einarsson er med rette stolt av tallene. For oss lesere derimot, virker de skremmende. Ikke bare fordi det går opp for oss hvor mye makt disse folkene har hatt over vår litterære smak. Men også fordi en forstår hvor mye det har hatt å si for forfattere som enten kom inn i varmen eller ble holdt utenfor. Einarsson føyser av kritikere, som blant påviste at de samme ni navnene hadde femti prosent av hovedbøkene over en tiårsperiode. Han hevder, tildels med rette, at Bokklubbene også har tatt ansvar for den smalere litteraturen. Selvkritikken ligger i den feilslåtte strategien i tiden før de mistet gullavtalen; for mange gratisbøker, for mange hovedbøker, for opptatt av inntjening.” (*Dagbladet* 13. februar 2012 s. 43)

“Forlagene drev en gang svært lønnsomme bokklubber. Men forlagene ble grådige: “Månedens bok” kom stadig oftere, tilbudet ble stadig mer bestselgerorientert. Bokklubbene ble stadig mer oppfattet som pengemaskiner, deres status som kulturbærere ble svekket. Kanskje presset de både myndigheter og medlemmer for hardt. Til slutt mistet de slik sin unike privilegium: Retten til å selge nye bøker billigere enn alle andre.” (*Dagbladet* 11. april 2014 s. 65) “Bokklubbene fikk selge bøkene 25 prosent billigere enn fastprisen – tok store markedsandelen fra bokhandelen og tjente grovt med penger. Så fjernet politikerne denne prisfordelen og bokklubbene startet nedturen.” (forlegger Ivar Tronsmo i *Dagbladet* 6. januar 2012 s. 57)

“Når bokklubbene måtte øke antall måneder [og dermed “Månedens bok”] fra 12 til 27 for å få opp volumet, og når hver tredje bok som ble sendt ut var gratis, var strikken tøyd til bristepunktet. Nå innrømmer han [bokklubbsjef Kristenn Einarsson] at de beste bøkene og de han selv har likt best, har solgt minst som hovedbøker. Han har likevel visst at disse bøkene har vært helt nødvendige for å opprettholde bokklubbenes renommé. Kulturell kapital sminker økonomisk kapital.” (*Morgenbladet* 9.–15. mars 2012 s. 38)

“Bokklubbene har fra enkelte hold blitt kritisert for å ikke satse tilstrekkelig på kvalitet, samtidig som de fra annet hold, roses for den høye litterære standarden de holder. Mye tyder på at begge fløyer har delvis rett i sine påstander. Med bakgrunn i hva det norske litterære feltets ortodokse aktører definerer som god kvalitet, kommer norske bokklubber bedre ut av det enn svenske. Ved en sammenligning med de to store bokklubbene i Sverige, Bonniers Bokklubb og Månadens Bok, finner vi at de norske bokklubbene i større grad har lagt seg på en linje med kvalitetsutgivelser. Svenske bokklubber satser mer på det som defineres som underholdningslitteratur, og har få pretensjoner om å framstå som kulturaktører” (<http://www.dagbladet.no/litteratur/ordskiftet/tema/bokklubbene/kap6.doc>; lesedato 26.07.12).

“Bokklubbene er eid av kulturforlagene Aschehoug og Gyldendal, betjent av regulert statlig kulturpolitikk og støtteordninger med basis i det samfunnsnyttige, og har bred dekning i media. Praksisene i det litterære feltet utgjør dermed til sammen ett nettverk av relasjoner hvor bokklubbene garanterer bokklubbens verdi for medlemmet. For aktørene i feltet vil dermed interessen rundt den nasjonale skjønnlitteraturen være en fordel. Administrerende direktør i De norske Bokklubbene Kristenn Einarsson, konkluderer på en konferanse med følgende: “Maken til sammenfall mellom litteraturkritikernes vurdering av forfatterskap og bokklubbutgivelser finnes ikke andre steder enn i annerledeslandet [Norge]” (Einarsson 1994:77). Norske bokklubber anser seg selv som bedre leverandører av nasjonal kvalitetslitteratur, og dermed mindre kommersielt orienterte enn svenske bokklubber hvor denne andelen er betraktelig lavere. Men, i Norge selger nasjonal litteratur best. Det ligger altså også her vel så mye kommersielle interesser som kulturpolitiske hensyn til grunn for satsningen på ny, norsk litteratur.” (<http://www.dagbladet.no/litteratur/ordskiftet/tema/bokklubbene/kap6.doc>; lesedato 26.07.12)

“Norskandelen har altså holdt seg bra, med tre klubber og 40 årlige utgivelser er norskandelen fremdeles rundt 50 prosent. Det er imidlertid ikke grunn til å utelukkende forklare dette med bokklubbenes kulturpolitiske ansvar og deres omtanke for den norske litteraturen. Oversiktene vi har presentert viser at det er Nye Bøker som utgir absolutt flest norske titler. Samtidig er det en kjensgjerning at det er Nye Bøker som står først i køen når nye titler skal velges. At Nye Bøker velger så vidt mange norske titler er en klar indikasjon på hvor populære de norske titlene er. Salgstallene for hovedbøkene i Nye Bøker bekrefter dette. De norske titlene selger jevnt over bedre enn den oversatte litteraturen [...]. På bakgrunn av dette kan man derfor anta at det er vel så mye kommersielle som kulturpolitiske hensyn som ligger til grunn for den store økningen i norske utgivelser.” (<http://www.dagbladet.no/litteratur/ordskiftet/tema/bokklubbene/kap6.doc>; lesedato 26.07.12)

“Tidligere fikk Nye Bøkers medlemmer tilbud om en ny hovedbok i god tid før utgivelsesdatoen. Dermed fikk de boken hjem i posten tett opp til utgivelsen, og på denne måten kunne den eventuelle bakteriekulturen raskt begynne å spre seg. Da

boken kom i bokhandelen var den allerede kjøpt av mange tusen lesere. På denne måten var det bokklubbene som dro i gang spredningen av den enkelte tittelen. I dag fortøner imidlertid dette seg noe annerledes. Det er ikke lenger slik at Nye Bøker presenterer bøkene i forkant av utgivelsesdatoen. Medlemmene får nå tilbud om månedens bok samtidig som den slippes i bokhandelen. Dermed kan bokklubbene dra nytte av, eventuelt unngjelde for, den medieomtalen hver enkelt utgivelse blir til del. Det er ikke lenger Nye Bøker, men bokhandlene og avisene som først presenterer nye bøker. Man må imidlertid være klar over at Nye Bøker antar bøkene i lang tid før utgivelsen, slik at de fortsatt antar nye bøker på eget grunnlag uavhengig av den mottakelsen bøkene får når de kommer i bokhandelen. Det faktum at Nye Bøker nå presenterer bøkene etter at de har blitt anmeldt i avisene vitner dessuten om en sterk tro på eget produkt. Det kan synes som om Nye Bøker er trygge på at bøkene de tilbyr medlemmene sine holder et høyt nok litterært nivå til at de kan vente på mottagelsen i media.” (<http://www.dagbladet.no/litteratur/ordskiftet/tema/bokklubbene/kap6.doc>; lesedato 26.07.12)

“Forfattere får som nevnt en lavere royalté for salg gjennom bokklubb enn de gjør for titler solgt i bokhandel. Dermed kan man si at det er bokklubbforfatterne, og ikke bokklubbene, som finansierer de andre forfatterne. Bokklubbene betaler til sammen 14 prosent royalté til forfatteren og Forfatterforeningen for bokklubbøker, noe som er langt mindre enn det forlagene og Kulturrådet må ut med i royalté for salg gjennom bokhandel. Imidlertid går bare ni av disse 14 prosentene til forfatteren. Denne fordelingen gjør at det absolutt er forfatternes solidaritet som blir satt på prøve. Faktisk blir så mye som 1/3 av forfatterens potensielle inntekter fordelt på de andre forfatterne i Forfatterforeningen. Dette har blant annet ført til at Knut Faldbakken meldte seg ut av Forfatterforeningen i 1991 i protest mot pengestrømmen fra bokklubb til Forfatterforeningen.” (<http://www.dagbladet.no/litteratur/ordskiftet/tema/bokklubbene/kap6.doc>; lesedato 26.07.12)

“Formann i Forfatterforeningen, Geir Pollen, er på krigsstien for å få bokklubbene til å ta kontroll over det han kaller “vervebokspiralen”. Det startet for alvor i 1995: Cappelen hadde til da tapt flere millioner kroner på sin bokklubsatsning. I et forsøk på å kapre markedet fra De norske Bokklubbene, avskaffet Cappelens bokklubber kjøpsforpliktelsene; man slapp altså å kjøpe fire bøker i året. I 1999 så De norske Bokklubbene seg nødt til å følge etter – og kanskje var det ingen som forutså konsekvensene for det totale boksalget i Norge. Bokelskere kunne nå melke bokklubbssystemet til fulle – motta velkomstbøker, melde seg ut, melde seg inn i en ny klubb, få nye bøker. Også videre. De siste fem årene har stadig flere skjønt at de kan fylle bokhyllene av portopenger alene. I fjor sendte norske bokklubber ut 1,5 millioner bøker i kategorien velkomst- og vervepremier. - Dette er svært alvorlig for forfatterne og bokhandlerne. Et så stort gratisbokvolum innebærer en ikke ubetydelig trussel mot omsetningen av ny norsk skjønnlitteratur i bokhandlene, og forfatterne får meningsløst lite betalt for disse bøkene, sier leder i Forfatterforeningen, Geir Pollen. [...] Administrerende direktør i De norske Bokklubbene, Kristenn Einarsson, peker på at antallet gratis velkomstbøker også er med på å

bygge opp enkelte forfatteres leserkrets. [...] Det økonomisk attraktive ved å komme i bokklubb ligger i det store salgsvolumet; forfatteren kan regne med et minimumssalg på 40.000 eksemplarer. [...] Bokklubben Nye Bøker har i dag cirka 250.000 medlemmer, og er størst av de i alt 13 klubbene under paraplyen til De norske Bokklubbene. Klubbkonsernet som helhet teller en medlemsmasse på 725.000, høyest i verden målt i forhold til innbyggertall. Man regner med at De norske Bokklubbene står for omtrent 70 prosent av salget av skjønnlitteratur i Norge.” (*Morgenbladet* 26. mars–1. april 2004 s. 23)

“For DnB er det av stor betydning å skape nye lesere og med det potensielle medlemmer. Ved å sikre at bokens verdi i samfunnet forblir viktig, sikres dermed bokklubbens eksistens i det litterære feltet. Det blir på bakgrunn av dette legitimt å stille seg spørsmål om hvorvidt bokklubbene gjør dette ut fra en ideell tanke om å spre litteraturen ut til folket, eller er det først og fremst for å skape nye lesere og i neste omgang nye medlemmer? På bakgrunn av dette kan man slå fast at DnBs Grunnsyn er ideelt, mens praksisen deres er kommersiell, tidligere uttrykt som Katedral og Børs.” (<http://www.dagbladet.no/litteratur/ordskiftet/tema/bokklubbene/kap6.doc>; lesedato 26.07.12)

“Norske bokklubber synker hurtig og håpløst som en hvilken som helst annen depresjonsrammet aksje. Klubbene mistet et konkurransefortrinn da de i 2005 tapte eneretten til å gi 25 prosent rabatt på nye bøker, og ifølge Bok og Samfunn har klubbens samlede omsetning falt med cirka 37 prosent på disse fem årene. Aller verst er det trolig for den tidligere bransjegiganten De norske Bokklubbene: Driftsresultatet etter avskrivninger til og med tredje kvartal 2009 er minus 14,4 millioner.” (*Morgenbladet* 4.–10. desember 2009 s. 31)

“- Jeg tror veldig mange av dem som hatet bokklubbene den gangen, når de ser tilbake nå, og ser hva de ga ut av Nobel- og prisbelønt litteratur, hvordan de spredde stor litteratur i store, store opplag rundt i Norge, så vil de nok si at bokklubbene var veldig viktige kulturformidlere, sier Cecilie Naper, førsteamanuensis ved Oslomet, og legger til: - Men det gikk på bekostning av bokhandelen. Dette var noe av bakgrunnen for at det i bokavtalen av 2005, ble satt en stopper for bokklubbens konkurransefortrinn. Medlemsmassen krympet, og ordet “bokklubb” gikk over til først og fremst å bli assosiert med rimelige pledd, krus og sengesett. [...] - Hele bokbransjen savner bokklubben, og da spesielt Bokklubben Nye Bøker, som et lokomotiv for norsk skjønnlitteratur, sier Knut Gørvell. Gørvell er direktør for salg og marked i Cappelen Damm, og tidligere redaktør og direktør av Bokklubben Nye Bøker. Siden bokklubbens fall, mener han det er blitt en større utfordring å lansere nye stemmer, og en større utfordring for de ikke fullt så kommersielle skjønnlitterære forfatterne å selge nok. Dette synet deles av kultur- og medieforsker Tore Slaatta: - Den makten og posisjonen bokklubbene hadde til å velge bøker, til å sikre forfatterinntekter og skape store omsetninger for forlagene, var et kulturøkonomisk lyntog. Det ble satt på et sidespor på 2000-tallet og forlagsbransjen har siden lett etter nye måter å fremme

lesing og salg av bøker på. Kontrollen over bokhandlerkjedene har gitt noe, sier han, og viser til at disse eies av de største forlagshusene. Men å formidle litteratur til et bredt sammensatt og lesevillig publikum har aldri igjen gått på skinner.” (Elise Dybvig i *Morgenbladet* 28. august–3. september 2020 s. 39)

“Harald Fougner, markedsdirektør i Gyldendal, påpeker at bokklubbene ikke bare tapte terreng fordi de ikke lenger fikk lov til å selge bøker ekstra billig. Andre trekk ved offentligheten bidro også til å utfordre bokklubbmodellen, som for eksempel tap av felles fokus og en delt offentlighet.” (Elise Dybvig i *Morgenbladet* 28. august–3. september 2020 s. 42)

“Tanum Lydbokklubb [...] Kos deg med lydbøker på øret! Få et bredt utvalg av kvalitetslydbøker til gode priser. Lydbøker er en meget fin måte å “lese bøker” på. Du kan få lest boken din omtrent hvor du vil. En Lydbokklubb kan også være løsningen for deg som sliter med å få tid å “lese” bøker i en travel hverdag. [...] Det er ingen kjøpsforpliktelse i Tanum Lydbokklubb, men en må være medlem i ett år etter innmelding.” (<https://bokklubb.club/lydbokklubber/>; lesedato 14.05.20)

Den britiske Richard and Judy Book Club ledes av ekteparet Richard Madeley og Judy Finnigan. De har blant annet brukt podcast for å nå lesere: “The UK’s biggest book club is back with an all new podcast [...] Each week, Richard and Judy will be discussing a brand-new book with its author, delving into the novel’s origins, themes, inspirations and much, much more. This is the perfect podcast for any book lover, and with each title available in your nearest WHSmith store as part of their exclusive Richard and Judy Book Club collection, it’s never been easier to join Britain’s biggest book club! Simply pop in to your local WHSmith or head to www.whsmith.co.uk to browse the entire seasonal collection. Get reading and tune in each week as Richard and Judy take a deep-dive into a different, riveting title. [...] and join the conversation and let us know what Book Club novels you’ve been reading recently” (<https://www.podbean.com/podcast-detail/7vxag-34037/The-Richard-and-Judy-Book-Club-exclusive-to-WHSmith-Podcast>; lesedato 11.06.21).

“Richard & Judy var et populært prateshow på tv som gikk fra 2001 til 2008 på Channel 4 med programlederne Richard Madely og Judy Finnigan. Programmet dannet bakgrunnen for en bokklubb som fikk enorm innvirkning på boksalg i Storbritannia. Ti bøker ble valgt ut og diskutert i løpet av året. Den som fikk flest stemmer av seerne vant prisen for årets bok.” (Riel, Fowler og Downes 2011 s. 138)

“Dei mest vellukka merkevarekampanjane dei siste åra i Storbritannia, både i bibliotek og bokhandlar, har vore Richard & Judy-bokklubben på tv. Bokklubben er sterkt knytt til programleiarane Richard og Judy og det dei står for, men har interessant nok lukkast ved å selje sjølve leseopplevinga heller enn forfattaren, forlaget eller temaet. Richard og Judy og gjestene deira diskuterer ikkje dei utvalde bøkene som bokmeldarar eller litterære kritikarar, men som private lesarar. Dei

ærlege og mangfoldige personlege meiningane har skapt større interesse og tiltru blant publikum, og hatt mykje større innverknad på salet enn nokon andre bøker i slike medieprosjekt. Oprah Winfreys bokklubb har hatt liknande verknad i USA.” (Riel, Fowler og Downes 2011 s. 286)

Den amerikanske tv-stjernen Oprah Winfrey “stiftet bokklubb som et månedlig innslag i TV-showet sitt, noen har anslått at Oprah med sine bokanbefalinger har solgt 55 millioner bøker. [...] Oprah kunne lekse opp for både seere og gjester: Da en forfatter i bokklubben hennes måtte innrømme å ha diktet opp store deler av sin egen selvbiografi, ble både han og hans forlegger kalt inn til nytt besøk i studio for en grundig skjennepreken.” (*Dagbladet* 28. mai 2011 s. 75) Hun hadde så stor innflytelse at det var legitimt å skrive om hennes “tastemaking force” (http://www.largeheartedboy.com/blog/archive/2008/04/shorties_1454.html; lesedato 21.04.22).

“No single person gets more credit for the book club boom than talk-show host Oprah Winfrey, who founded an on-the-air book club in 1995, recommending one book a month for her viewers and holding periodic book discussion meetings on the show. Since that time, Oprah’s Book Club has sparked the sale of tens of millions of books – and made a lasting contribution to our national literacy. The broadcasting of book club meetings has opened a window into a world that Oprah’s audience might never have seen. These on-air discussions usually feature a handful of lucky viewers who have written in about the book, nominating themselves for the taping, along with Oprah and the book’s author (who typically keeps quiet during the first phase of the discussion). [...] The meetings are held in Oprah’s Chicago apartment, in restaurants, and other cozy locations, and they are casual, spontaneous, free-ranging. Far from being a dry, academic exercise with right answers and grades, these are informal, lively gatherings where everyone can speak their mind – but no one is forced to perform. It isn’t unusual to see group members weep over a passage in a book, pass the tissues, hug one another, sit through a long silence, shout disagreements, or laugh uproariously. The sessions not only make you want to join a book club, but show you how to act when you get there: how to take turns, how to build on other people’s ideas, how to use specific passages in the book to back up your interpretations, and scores of other discussion skills that are used by adults in effective book clubs.” (Harvey Daniels i <https://1lib.sk/dl/810137/1e6bfb?dsource=recommend>; lesedato 02.06.21)

“Books chosen for the first Oprah Book Club (1996-2002) became famous for their representations of strong women in difficult life situations who triumph over adversity. Encouraged to feel part of an intimate community of readers, millions of women accepted Oprah’s call to get the whole country reading again, some of them reading a novel for the first time since leaving school. Publishers quickly felt the Oprah Effect. As Daisy Maryles (1997, p. 18) noted in *Publishers Weekly*, Oprah’s first pick, Jacquelyn Mitchard’s *Deep End of the Ocean*, jumped from 100,000 to 915,000 copies in print after being selected. The second pick, Toni Morrison’s

Song of Solomon, went from 300,000 copies in print to 1,390,000. These books were not light reads, Oprah assured her viewers, but they offered a big pay-off: personal transformation. Cecelia Konchar Farr (2005, p. 60) quotes from Oprah's introduction in November 2000 to *House of Sand and Fog*: "Literature is powerful. It has the ability to change people, to change people's thoughts. ... Books expand your vision of yourself and your world." Oprah's own life story, which she has told many times, is an exemplary tale of the transformative power of reading: she started off as a poor and lonely kid growing up in Kosciusko, Mississippi and become a national icon. So when Oprah promises book club members that reading could change their lives for the better, she claims to speak from personal experience. R. Mark Hall (2003, pp. 649-650) describes the way that Oprah has used her own life story to illustrate the liberating power of books: "As Winfrey has gradually revealed this life story on her show and in the popular media, fans have learned, over time, how literacy freed Winfrey herself, making possible her enormous fame and fortune. Books provided education, friendship, and solace." " (Catherine Sheldrick Ross i <https://muse.jhu.edu/article/269286>; lesedato 15.05.23)

Oprah Winfrey ville få fram leserne kunne oppnå "empowerment through fiction reading" (Wells 2011 s. 70).

"Reading lessons are also provided in the supplementary material on the Oprah website accompanying most of the selections. This material includes an online discussion space, a set of discussion questions about the book, and instructions on how people can write their own reviews. Readers are encouraged to read the book in the context of their own life's concerns. In the supplementary material on Barbara Kingsolver's *The Poisonwood Bible*, a section called "How to Write Your Own Review" suggests, among others, the following questions as good starting points: "How did this book touch your life? Can you relate to it on any level? What do you believe is the message the author is trying to convey to the reader? ... What did you learn from this book? Was it educational in any way?" The first two posted comments on the discussion page illustrate a kind of reading in which transformation ("This book changed my life") and recognition ("This book is secretly about me") are key values" (Catherine Sheldrick Ross i <https://muse.jhu.edu/article/269286>; lesedato 15.05.23).

I 2000 sa Winfrey til sitt publikum at "It is just remarkable to me how a work of fiction can touch, and, really, begin to help heal the lives of readers in ways that a lot of self-help and therapy and conversations cannot." (siteret fra Wells 2011 s. 70)

"The 200 who clutched tickets to the recent afternoon taping of "The Oprah Winfrey Show" inside Winfrey's Harpo Studios complex were the lucky few among the estimated 15 million to 20 million viewers [i 1997] who treat their regular dalliance with Winfrey as a treasured moment in their day. [...] She is advising her audience on what to read, what to listen to, how to live. And by the hundreds of thousands, Winfrey's devotees are taking her advice. [...] To her fans,

Winfrey is the understanding girlfriend who knows their hidden emotional scars, their dietary yo-yoing, their love for unabashed romance, seemingly one of them [...] Winfrey has asked her audience to join her in “Oprah’s Book Club,” reading serious literary fiction and discussing it once a month on her show. The results have been nothing short of seismic since the book club was announced last September. At Winfrey’s suggestion, legions of viewers have trooped out to bookstores and bought hundreds of thousands of copies of four recommended novels, catapulting authors Jane Hamilton, Jacquelyn Mitchard, Wally Lamb (the author of “She’s Come Undone”) and Nobel Prize winner Toni Morrison onto bestseller lists. [...] “The carpet bombing of the American mind,” scoffs New York literary critic Alfred Kazin, dismissing Winfrey’s – and television’s – effect on the nation’s dwindling reading culture. And a recent article in the New York Times Book Review suggested that Winfrey had become one more “gatekeeper” in an increasingly segmented publishing industry. [...] Alice McGee, the show’s senior supervising producer, is deluged with 50 new books each week, all sent by publishers desperate to win Winfrey’s recommendation. “I tell them their chances are greater hitting the lottery or being struck by lightning,” says McGee, who showed up one recent morning to find 14 boxes of unopened mail. [...] The plan was for Winfrey to call on her viewers to read one novel a month. Winfrey and a selected group of four viewers would then join the author for a dinner discussion of the book, which would then be taped and played back for a larger audience. [...] people were afraid of serious books. What Oprah has done is take the fear out of reading. That success is even more dizzying considering that the Winfrey show was initially deluged with complaints from viewers that Mitchard’s hardback was priced too high at \$23.95, prompting Winfrey’s subsequent decision to ask her readers to buy only novels already in paperback and to request that publishers donate 10,000 paperback copies of each new book club selection to local libraries. [...] Once notified, publishing firms race to print hundreds of thousands of new copies yet are obliged to keep the new selection secret until Winfrey announces it on a taped show.” (Stephen Braun i <https://www.latimes.com/archives/la-xpm-1997-03-09-ca-36226-story.html>; lesedato 23.06.22)

En av kritikkene mot Oprah gjelder “the rather predictable type of books that Winfrey chooses – for a long time they tended to be tales of individuals overcoming racial, sexual, or some other injustice [...] The novels seem to supply emotional rather than aesthetic epiphanies: There are frequent tears. [...] The textual approach that we see in Oprah’s Book Club – that which has drawn the scorn of certain professional writers and critics – seems to stand as an important corrective to this claim, for it suggests that the conversation about the texts is equally – if indeed not more – important than the reading itself. The way that readers speak about the texts has, in itself, important consequences for the way in which this conversation, and with it the likelihood of important moral and political values, develops. [...] an unidentified reader responds “Absolutely” to Winfrey’s question: “Did you come away from this book feeling differently about yourself, your life, this life, this time?” Texts, that is, must be able to exercise a dialectical

impact on their readers. A dialectical text, according to Stanley Fish, is one that forces its readers “into a rigorous scrutiny of everything they believe in and live by” (1). It is one that forces them to think differently about the world and the way that they live. Fish’s work (especially his later work) suggests, however, that whether or not a text has a dialectical impact is – in part at least – a function of how it is read. The readers in Oprah’s Book Club happily read themselves into the text, imagining themselves in the dilemmas depicted therein [...] There is both familiarity – that which allows the readers to see themselves in the text – and unfamiliarity – that which generates contingency by making readers uncertain or uncomfortable in their literary surroundings. It is precisely this mix of familiarity and unfamiliarity, comfort and discomfort, that creates the sort of critical self-reflection that generates the potentially useful moral and political discussions that we see in Oprah’s Book Club. [...] the problematic tendency to conflate these literary and nonliterary worlds is always there” (Simon Stow i <https://wmpeople.wm.edu/asset/index/sastow/oprahchapter>; lesedato 23.06.22).

“I artikkelen “The ‘Oprahfication’ of Literacy: Reading ‘Oprah’s Book Club’ ” kartlegger den amerikanske litteraturviteren R. Mark Hall noe av det man kan oppnå ved å bygge en bokklubb rundt en offentlig kjent profil. Hall beskriver Oprah som en “sponsor” av leseferdigheter, som gjennom karrieren aktivt har formidlet eget liv og utfordringer gjennom det litteratur tilbyr av trøst, innsikt og kunnskap. Som lesere, skriver Hall, oppfordres seerne hennes til å lese de samme titlene, på samme måte som Oprah selv leser, og på den måten også bli like frigjort og opplyst som henne selv. [...] Lesemåten Oprah legger opp til understreker riktignok at lesing skal være en fornøylig aktivitet, men samtidig har hun alltid formidlet et budskap om at seriøs litteratur kan endre deg og livet ditt til det bedre – helt i tråd med hvordan hun i tiår har vektlagt verdien av selvutvikling på tv-programmet sitt. Hall konkluderer: Intimitet med seerne og kjendisstatus gjør at Oprah kan konstruere lesing som “et spektakulært, personlig kjennetegn på god smak”. Opp gjennom årene har hun fått mye anerkjennelse for å ha promotert og løftet frem Toni Morrisons forfatterskap, men også måttet håndtere kontroverser, som da forfatter Jonathan Franzen uttrykte bekymring for hva det at hun hadde valgt boken hans, ville bety for hvordan den ble lest – og av hvem.” (Elise Dybvig i *Morgenbladet* 28. august–3. september 2020 s. 41-42)

“I 2001 ble [Jonathan] Franzens roman “Korrigeringer” valgt ut til Oprah Winfreys bokklubb. Kort tid etter uttrykte forfatteren blandede følelser over å bli utvalgt, og bekymring for at romanen dermed ville bli sett på som en roman kun for kvinner. Dette fikk Winfrey til å avlyse det planlagte talkshowintervjuet med forfatteren. Konflikten, som nå er avsluttet, fikk stor medieoppmerksomhet og gjorde at Franzen ble kalt “pompøs” og “elitistisk” i media.” (*Dagbladet* 19. oktober 2010 s. 60)

“Franzen både tiltrekkes og frastøtes av forbrukersamfunnet, og hans ærlighet som forfatter ligger i at han klarer å romme begge to. Det gjør ham imidlertid litt

frustrerende som filosof og spesielt håpløs som markedsfører av egne bøker, begge yrker som krever at du kan ta et klart standpunkt. Det siste fikk vi et minneverdig eksempel på i Oprahs bokklubb etter publikasjonen av *Korrigeringer*. Boken ble valgt inn som månedens hovedbok, noe Franzen godtok samtidig som han kritiserte Oprah for å drive for kommersielt, hvilket igjen fikk henne til å trekke tilbake innbydelsen. Med dette klarte Franzen å bli uvenner med både Oprahs forsvarere og de som var helt enig i kritikken av henne. (*Frihet* ble i 2010 tatt med i bokklubben.)” (*Morgenbladet* 3.–9. august 2012 s. 42)

“Bøkene hun valgte til bokklubben sin, fikk økt opplaget med en million i snitt. [...] Oprah-fansen jeg snakket med i Chicago, var alle nyanserte i sitt syn på henne. En av dem, som hadde reist fra Colorado, la ikke skjul på at det var mye ved Oprah hun ikke hadde sansen for; bokklubben tok bare for seg sørgelige ting, og all den der gavegivningen til publikum var nå mest bare produktplassering.” (Johan Jensen i *Morgenbladet* 17.–23. juni 2011 s. 22)

“Da Oprah Winfrey tidligere i år plukket ut romanen *American Dirt* som månedens bok, havnet hun midt i en opphetet debatt om hvilke historier, fortalt av hvem, den amerikanske bokbransjen virket interessert i å belønne og bejuble. Romanen tar for seg en meksikansk kvinnes liv som udokumentert immigrant i USA, og er skrevet av den hvite forfatteren Jeanine Cummins. Oprah nektet å trekke tilbake bokvalget, og lot i stedet kritikken av boken som en ufølsom skildring av minoriteters lidelser, bli førende for sin behandling av den.” (Elise Dybvig i *Morgenbladet* 28. august–3. september 2020 s. 43)

“Oprah’s Book Club has drawn fire for its support of a “therapeutic” model of reading” (K. C. Harrison i Rubery 2011 s. 146).

Antologien *The Oprah Affect: Critical Essays on Oprah’s Book Club*, redigert av Cecilia Konchar Farr og Jaime Harker i 2008, “explores the cultural impact of Oprah’s Book Club, particularly in light of debates about the definition and purpose of literature in American culture. For the critics collected here, Oprah’s Book Club stands, in the context of American literary history, not as an egregious undermining of who we are and what we represent, as some have maintained, but as the latest manifestation of a tradition that encourages symbiotic relationships between readers and texts. Powered by women writers and readers, novels in this tradition attract crowds, sell well, and make unabashed appeals to emotion. The essays consider the interlocking issues of affect, affinity, accessibility, and activism in the context of this tradition. Juxtaposing book history; reading practices; literary analysis; feminist criticism; and communication, religious, political, and cultural studies; the contributors map a range of possibilities for further research on Oprah’s Book Club.” (<https://www.amazon.co.uk/Oprah-Affect-Critical-Essays-Oprahs/dp/0791476162>; lesedato 23.06.22)

“Exciting news for bookworms and feminists everywhere: Emma Watson has launched an online feminist book club, and she wants everyone to be involved. The actress, UN ambassador and feminist campaigner decided to call the club “Our Shared Shelf”, after asking her Twitter followers to suggest names. Our Shared Shelf will run as an interactive page on the books site goodreads.com. [...] Watson plans to choose a book to read every month, then open a public online discussion about the work during the month’s last week. Her first selection? Feminist pioneer Gloria Steinem’s memoir *My Life on the Road*, an account of her early years as a journalist and activist.”

I byen Varberg på den svenske vestkysten ligger “Hotell Gästis”. Eieren av hotellet har lagd en egen “bokklubb” for alle gjester: “Alle gjestene blir for øvrig tvangsinnmeldt i Gästis bokklubb. Medlemskapet innebærer at de får tilgang til hele boksamlingen [i hotellet], og at de får ta med seg en bok hjem, forklarer han [Lasse Diding]. Dessuten: Det er lov å stjele, selv om man egentlig skal betale ti kroner per bok hvis man vil ha flere enn den ene. [...] Uansett hvor på hotellet du befinner deg, er det alltid en bok innen rekkevidde.” (Bok & samfunn og Notabene bokhandelkjedes gratismagasin *Bokvår*, 2010)

Litteraturkritikeren Karin Haugen sa i et intervju: “Disse bøkene speiler de verste sidene ved damebladkulturen. Cappelen Damms bokserie “Happy Tears” lanseres i en katalog der leserne får “oppskriften på en tre-retters kjærlighetsmeny som du kan overraske kjæresten med”. Eller ta Bokklubben, den lavpannede feminiseringens spydspiss. De pusher litteratur like ivrig som frottéhåndklær, tøfler og digital ernæringsvekt. Bokklubben har i 2013 en egen kategori for hold in-produkter som Trinny og Susannahs “All in body smoother”. Hvorfor skal boklesere møtes av dette? Kan ikke kvinner få gå til litteraturen som lesere, uten å presses inn i damebladenes univers?” (*Morgenbladet* 26. april–2. mai 2013 s. 39)

Den norske bokklubben “har i årevis vært den lavpannede feminiseringens spydspiss: I stedet for å gjøre bokklubben til et sted der mennesker kan finne litteratur, har de innskrenket det til et sted der *kvinner* kan finne litteratur – og frottéhåndklær, og telys, og parmesankvern, og digital ernæringsvekt. Bokklubben har i dag en egen kategori for hold in-produkter som Trinny og Susannahs “All in body smoother”.” (Karin Haugen i *Klassekampens* bokmagasin 23. mars 2013 s. 2)

“Det er med stor beklagelse at Bokklubben Energica opphører å eksistere [i april 2020]. Det siste medlemsbladet ble sendt ut i mars, hvor redaksjonssjef Nina Normann Ferguson meddeler nyheten. - Etter 28 år ser vi oss nødt til å sette sluttstrek for utgivelse av en jevn strøm av bøker om sjel, kropp og sinn. Vi vet vi har medlemmer som har fulgt oss i alle disse årene, noe som gjør oss både stolte og ydmyke! skriver Nina Ferguson i medlemsblad nummer 5-2020. Energica har i alle disse årene vært en enerådende salgskanal for bøker om sjel, kropp og sinn som utgis på Cappelen Damm forlag. Men på tross av at denne bokklubben legger ned, er interesseområdet fortsatt i vekst. - Bøker, som tidligere langt på vei var en

enerådende kilde til innsikt og læring for åndelig vekst, er i imidlertid nå i vår digitale virkelighet blitt en av flere valgmuligheter i tillegg til seminarer, reiser, foredrag, kurs og workshop-er – virtuelle som virkelige. Vi ser også at et medlemskap i en bokklubb ikke har samme attraksjon som det en gang hadde. [...] Den siste hovedboken i Energicas 28 år lange historie er *Kunsten å finne ro* av Audun Myskja. De typiske Energica-bøkene som omhandler blant annet reinkarnasjon, mediumskap og energihealing – altså det mange forbinder med åndelig litteratur, utgav Energica selv.” (<https://mittmedium.no/alternativt-nytt/energica-legger-ned-etter-28-ar/>; lesedato 17.12.20)

Den amerikanske skuespilleren Reese Witherspoon etablerte en bokklubb: “When I started this book club, my big idea was to connect with you all by shining a light on the stories I found meaningful – charming, hilarious, insightful, thrilling and diverse narratives from a female perspective. By sharing stories of other lives and immersing ourselves in other realities, I believe we can create more unity and empathy in the world. Thank you for being part of this community of book lovers willing to explore new ideas with open hearts and minds! The response from our Reese’s Book Club community has been deeply inspiring. Together, we’ve seen that our books have the power to spark discussions, make us laugh when we need it most and bond us over something bigger than ourselves. It energized me and encouraged me to see there was more we could do together. That’s how our new Reese’s Book Club app and The Readership, our pay it forward platform, were born.” (<https://reesesbookclub.com/>; lesedato 10.09.21)

Sophie Elise Isachsen, forretningsdrivende, blogger, forfatter og foredragsholder, etablerte i 2020 en bokklubb. Klubben rettet seg til kvinner mellom 16 og 28 år. For 299 kroner i måneden fikk medlemmene tilsendt en utvalgt bok i posten. “Rundt 1400 bøker fra Isachsens nye bokklubb, “Litt Sophie”, landet denne uken i medlemmenes postkasser. Litt Sophie er et samarbeid mellom det Petter Stordaleneide forlagshuset Strawberry og den populære påvirkeren, der hver tittel trykkes med sitt eget designomslag og et spesialskrevet forord av Isachsen. Boken som er valgt ut for august, er *Nora eller brenn Oslo brenn* av den svenske forfatteren Johanna Frid. “En helt ny type norsk bokklubb”, var slik Strawberry omtalte prosjektet i en søknad til Kulturrådet i vår. Med de to bokklubbene forlaget har satt i gang (den andre med programleder Solveig Kloppen, for kvinner over 35 år) skal de “løfte frem kjente og ukjente forfattere, spre leseglede og fortsette jobben med å etablere boka som det fristedet det er”. Enten det er etablerte profiler eller en redaksjon som står bak, om du betaler et fast beløp i måneden eller er med for det sosiale – forsiktig børstes det støv av et konsept og en modell man inntil nylig så på som et ferdigskrevet kapittel i historien om norsk bokbransje.” (Elise Dybvig i *Morgenbladet* 28. august–3. september 2020 s. 38)

Sophie Elise Isachsen sa i et intervju: “- Jeg har flere ganger tenkt at jeg skulle ønske personer jeg synes er kule hadde en bokklubb, sånn at jeg kunne lest det de leser, og lest det samtidig med dem. Jeg får daglig mange spørsmål om boktips, for

siden jeg har snakket om bøker så lenge, har folk skjønnet hva som er min smak og begynt å kjøpe bøker på min anbefaling [...] I bokklubben hennes, som retter seg mot kvinner mellom 16 og 28 år, skal bøkene passe både for dem som har lest mye, og for dem som knapt har lest noe, fastslår hun. Hun står fritt til å velge ut titler fra alle forlag, og av de to bøkene hun så langt har plukket ut, er den ene fra det kristne forlaget Hermon, den andre fra Aschehoug. [...] - Jeg vil etablere min smak såpass tydelig at folk skjønner at hvis de er med i min bokklubb, vet de nøyaktig hva de får. Det vil si letteste bøker, med et muntlig språk, og som gjerne ellers preges av mørk humor og et samfunnskritisk blikk.” (Elise Dybvig i *Morgenbladet* 28. august –3. september 2020 s. 40)

“Inspirasjonen hentet de fra USA, der profiler som talkshowvert Oprah Winfrey og skuespiller Reese Witherspoon, kan få en bok de plukker ut til bokklubbene sine til å seile rett opp på bestselgerlistene. [...] Et medlemskap i Sophie Elise Isachsens bokklubb koster 299 kroner i måneden, som er dyrere enn det bøkene hun til nå har valgt ut, koster andre steder. [...] nødt til å skape et produkt folk har lyst på, med eget omslagsdesign og eget forord. Og da har ofte responsen vært “skal man ha nytt omslag ... Hvorfor kan dere ikke bare kjøpe fra lageret vårt?”. Men da får man ikke det rene, spesielle produktet. For Strawberry handler mye av satsingen om å skape et eksklusivt fellesskap rundt leseopplevelsen, som de også skal få til ved at Isachsen skriver egne innlegg om månedens bok og – i en koronafri fremtid – inviterer til fysiske treff og lesesirkler. [...] Når bøkene fra Isachsen kommer i posten, skal det også følge med “en liten overraskelse”. (Med august-boken ligger det vedlagt en markeringspenn).” (Elise Dybvig i *Morgenbladet* 28. august–3. september 2020 s. 41)

“Dagbladets litteraturansvarlig Marie Kleve var positiv til bokklubben da den ble annonsert, og sa at Sophie Elise kan være personen som kan få ungdommen til å lese bøker i stedet for bloggposter. - Jeg tror dette er en knallidé, som alle involverte kan tjene på, litteraturen inkludert. Det hadde vært så lett å ta på seg rollen som snobbete bokanmelder og stønne over at det er influenserne som skal fortelle folk hva de bør lese, og ikke “vi som har peiling”. Men mye tyder på at Sophie Elise faktisk har god peiling. Kleve trakk fram Isachsens liste over fjorårets beste bøker, som hun mente var full av “litterære godbiter”. - Dessuten har hun kjempestor påvirkningskraft på en aldersgruppe bokbransjen strever med å treffe. Med forbehold om at hun virkelig får lov til å plukke fritt, og ikke bare Strawberry-bøker” (<https://www.dagbladet.no/kultur/sophie-elise-refses/72696056>; lesedato 18.05.21).

“For å nå ut til flere lesergrupper gikk det norske forlaget Strawberry i fjor for en ny vri på en gammel modell: Bokklubber, med kjente navn ved roret. Hver måned plukket påvirker Sophie Elise Isachsen og programleder Solveig Kloppen ut en favorittbok, som så landet i medlemmenes postkasser med ny design og nytt forord. [...] Forrige uke [i september 2021] ga forlaget beskjed til medlemmer, forlag og andre samarbeidspartnere om at deres to bokklubber avvikles. [...] klubbene til

sammen har hatt rundt 3000 medlemmer [...] bokklubben hadde sin egen gruppe på Facebook der man kunne skrive om og diskutere bøkene som ble lest.”
(*Morgenbladet* 17.–23. september 2021 s. 41)

På grunn av postvesenets store innsats med å frakte bøker, fikk Norsk Postforbund i 1975 overrakt som gave 230 bøker fra Den norsk Bokklubben. Disse bøkene ble levert til Skipphelle feriehjem ved Drøbak, der mange postbud tilbrakte sin sommerferie (*Bindestrecken*-nummer i 1975).

I Tyskland ble det i årene mellom 1918 og 1933 etablert over 40 bokklubber, og de fleste prøvde å fylle ut nisjer i bokmarkedet som de vanlige bokhandlene ikke dekket, f.eks. arbeiderlitteratur (Schütz 2010 s. 75). Den sosialdemokratisk orienterte Büchergilde Gutenberg ble grunnlagt i 1924 og hadde i 1933 ca. 85.000 medlemmer. En av de største bokklubbene i Tyskland i denne perioden var Der Bücherkreis, med over 400.000 medlemmer (Schütz 2010 s. 75). Til sammen hadde tyske bokklubber fram til 1940 omtrent 1,7 millioner medlemmer.

Mikkjel Fønhus' villmarksroman *Troll-elgen* (1921) ble oversatt til tysk i 1926. “Det tyske forlaget som ga ut *Troll-Elgen* ble seinere overtatt av en nazistisk bokklubb. Bokklubben brukte boka både som vervebok og velkomstbok, og den fikk dermed et opplag i Tyskland på over 450 tusen eksemplarer.” (Tom Brenne i *Bokvennen* nr. 4 i 1999 s. 19)

I 1949 ble det i Tyskland etablert en Wissenschaftliche Buchgesellschaft, som fungerte både som forlag og bokklubb, med utgivelser beregnet primært på akademikere og studenter (Schütz 2010 s. 75).

De vesttyske bokklubbene stod i 1960-årene for ca. 8 prosent av landets omsetning av bøker, mens tallet Tyskland i 2002 hadde sunket til ca. 3 prosent. Det var på 1990-tallet den store krisen inntrådte. Publikum var ikke lenger like villig til å forplikte seg til å kjøpe et visst antall bøker, og tilgangen på billige bøker både i bokhandelen og på Internett økte (Schütz 2010 s. 76).

Litteraturliste (for hele leksikonet): <https://www.litteraturogmedieleksikon.no/gallery/litteraturliste.pdf>

Alle artiklene i leksikonet er tilgjengelig på <https://www.litteraturogmedieleksikon.no>