

BENJAMIN PÅ BOOKTOK

Reproduktion, perception og autenticitet i online læsefællesskaber

Da Walter Benjamin i 1936 publicerede sit berømte og omdiskuterede essay, *Kunstværket i dets tekniske reproducerbarheds tidsalder*, var det i en tid, hvor nye medier som fotografiet og filmen for alvor satte sig igennem efter en lang indflyvning fra det 19. århundrede. Benjamin kunne observere, hvordan den tekniske reproduktion af fotografiet og filmen satte nye dagsordener for forholdet mellem perception, publikum og æstetik. Denne observation tog udgangspunkt i den velkendte tematisering af forholdet mellem aura (det unikke og det ægte) og den tekniske reproduktion. Hvis der er noget, mediehistorien lærer os, og med Benjamin som et prominent eksempel, så er det, at hver gang vi ser konturerne af et nyt medie, så diskuterer vi disse mediers betydning for læsning, perception og formidling af kultur og samfund i det hele taget (Balling, 2021).

Helt på linje med Benjamin gør vi det også nu, fordi vi befinder os i en mediehistorisk brydningstid. Vi er først begyndt på at kunne beskrive og forstå, hvad nye digitale medier gør ved vores hverdagsliv og hvad vi som borgere, publikum og brugere gør med digitale medier (Rasmussen & Andersen, 2024). Internettet som det helt store folkelige medie har kun små 30 år på bagen, mens digitale medier har været her siden 1960'erne.

Med internettets indtog i 1990'erne begyndte vi at drømme om en fri(ere) verden, hvor alle kunne komme til orde; at en rigtig offentlighed kunne materialisere sig. Alle kunne være både producenter og modtagere af medieindhold, det være sig i form af hjemmesider, mailinglister eller chatfora. I 2000'erne kommer de sociale medier, der byder på muligheden for selvrepræsentation i form af tekst, billeder og lyd samt nye måder at deltage på, være i kontakt med andre og debattere med andre. Her ved indgangen til 2020'erne har diskussionen om kunstig intelligens fået en genopblomstring stærkt tilskyndet af generative AI-teknologier som ChatGPT, og vi er vidne til informationsteknologier i form af automatiske sprogmodeller, der tilbyder os at producere tekst, billeder eller kortfilm på baggrund af vores input, vores *prompts*. I tråd med Benjamins refleksioner kan vi observere brud og nye praksisser i mediebrug og perception: Sociale medier i særdeleshed, men også AI teknologier, sætter nye dagsordner for æstetiske praksisser, perception og smag. Spørgsmålet er, hvilke dagsordner og med hvilke kulturelle og æstetiske konsekvenser? Til forskel fra Benjamin lever vi i dag i et hyper-kommercialiseret kulturmarked. Kunst og kultur er varer produceret til et marked, der udgøres af et publikum. Vi diskuterer næppe længere reproduktionens betydning og slet ikke dens betydning for et eventuelt auratab (Gumbrecht & Marrinan, 2003) – en aura der ikke spiller nogen særlig rolle i begrebsliggørelsen af en digital kultur, hvor deling og cirkulation af tekster, lyd og billeder er herskende praksisser. I dag er deling ligefrem et mål i sig selv stærkt tilskyndet af sociale medieplatforme, der kapitaliserer på den afledte effekt af deling og cirkulation, nemlig data (Beer & Burrows, 2013). Og deling og cirkulation er ikke (blot) udtryk for en kunstnerisk praksis, men for en hverdagspraksis for alle. Et eksempel på en hverdagspraksis, hvor deling og cirkulation er centralt, er læsefællesskabet BookTok på TikTok.

TikTok er på få år blevet et af de mest udbredte sociale medier. Platformen, der ejes af det kinesiske selskab ByteDance, er en videodelingsapp, der særligt under COVID-19 udgjorde et tiltrængt og meget underholdende fællesrum under nedlukninger rundt om i verden. Gennem TikTok kunne folk holde sig ajour med nye trends, opdage ny musik og alt sammen med høj grad af humor. Læsefællesskabet på BookTok opstod ligeledes under ned-

lukningen i 2020, hvor mange teenagere var spærret inde på deres værelser, og trykte bøger gav en pause fra skærmene. Hashtagget #BookTok samler aktuelt 30 millioner videoer med over 200 milliarder views. Omfanget og udbredelsen har skabt stor opmærksomhed, ikke mindst blandt forlag og boghandlere, der oplever efterspørgsel på ældre titler, kører i butikkerne og usædvanligt mange yngre mennesker på bogmesser (Balling & Martens, forthcoming). Læsefællesskaber, både i form af fysiske møder og online, har eksisteret tidligere, men BookTok synes at udgøre en form, hvor fællesskab, autenticitet, æstetik og dyrkelsen af trykte bøger udspiller sig i et globalt, digitalt miljø primært drevet af unge læsere. Som en ny form for æstetisk deltagelsespraksis finder vi det interessant og relevant at undersøge Tik-Tok-fænomenet BookTok og dets kulturelle og mediemæssige konsekvenser i lyset af Benjamins begrebsapparat og medieperspektiv. Overordnet undersøger vi, hvilke nye digitale perceptionsformer og æstetiske praksisser samt kulturelle fællesskaber og normer der muliggøres af nye teknologier. For at understøtte denne analyse indleder vi med at give et kort rids af Benjamins position og tanker. Herefter introducerer vi læsefællesskabet BookTok for dernæst at bevæge os over i analysen af BookTok-fænomenet funderet i nogle af Benjamins teoretiske pointer suppleret med medieteoretiske begreber såsom *affordances* og deltagelse. Dette leder til en afsluttende diskussion af BookTok som et teknologisk kurateret fænomen.

AURA, REPRODUKTION OG PERCEPTION

Omdrejningspunktet i Benjamins essay er begrebet om aura og ideen om reproduktion. Med reproduktionens indtræden taber kunstværket sin aura og sin ægthed, og reproduktionen indtager "en selvstændig plads blandt de kunstneriske teknikker" (Benjamin, 17) og medvirker til "at komme modtageren i møde" ved at komme ud til mange (Benjamin, 18). Det reproducerede kunstværk bliver mangfoldiggjort på bekostning af dets unikke forekomst. Reproduktionen sikrer en masseforekomst og et massepublikum (Benjamin, 19), der igen foranlediger en ændring i, hvorledes mennesker perciperer kunstprodukter og deres aura: "Afskrællingen af det, der omgiver genstanden, nedbrydningen af auraen, er signaturen af en

perception, hvis 'sans for det ensartede i verden' er vokset så meget, at den ved hjælp af reproduktionen også udvinder det [ensartede] af det unikke" (Benjamin, 20). Masseperceptionen er kort sagt skabt af reproduktionen og af det unikke, auraen. Den ensartede perception udvindes ved hjælp af det reproducerede kunstværk. Benjamin viser, hvordan reproduktion ikke blot betinger en masseproduktion af kunst, men ændrer kunstens sociale funktion fra at være funderet i ritualer til at være funderet i politik (Benjamin, 21). Kunstens dyrkes ikke længere kun kontemplativt. Den kan bruges politisk, fordi den kan masseproduceres. Her kommer filmen og dens specifikke karakteristika ind i billedet. Til forskel fra litteraturen eller maleriet, hvor Benjamin hævder, at reproduktionen bliver påført, er filmmediet i sig selv et reproduktionsmedie. Film er masseproduktion par excellence og fordrer masseudbredelse på grund af de dyre produktionsomkostninger. Desuden er filmen et højteknologisk industriprodukt, hvis produktion forudsætter mange arbejdere med høj grad af arbejdsdeling (Benjamin, 37, note 9). Denne iagttagelse om forskellen mellem litteratur og film minder om den skelnen, vi i dag har mellem "født digitalt materiale" og "digitaliseret materiale" (Brügger og Finnemann, 70-73), hvor analogt og trykt materiale bliver påført digitaliseringen, mens sociale medier er født digitale. Det er diskutabelt, som påpeget af Berret (350), hvorvidt man kan hævde, som Benjamin gør, at litteratur ikke er et reproduktionsmedie på linje med filmen. Litteratur har været genstand for masseproduktion siden bogtrykkerkunstens begyndelse, med alt hvad det medførte af læsende offentligheder, boghandlere og forlag, der sikrede massedistribution og -reception. Siden bogtrykkerkunsten har litteratur også været et reproduktionsmedie, fordi den er blevet produceret med henblik på masselæsning med den ensartede reception som konsekvens af den trykte bog. Nutidens bogmarked og dets stræben efter kommercielle succeser i form af bestsellere kan ses som kulminationen på en "sans for det ensartede", som både former og potentielt ensretter smag.

Ikke desto mindre har Benjamin fortsat noget at tilbyde trods de begrænsninger, hans samtidshorisont lægger på ham (Gumbrecht og Marinan, 2003). Benjamin forstår fotografiets og filmens konsekvenser for perceptionen, publikum og samfundet i øvrigt. I den forstand er Benjamin

måske mere en 'medium-theorist' end han er en kritisk teoretiker. Medium-theory har lige præcis fokus på, hvordan de enkelte medier er med til at sætte rammerne for kommunikationsindhold, sociale interaktioner og de sociokognitive implikationer heraf (Meyrowitz, 1997; 1994). Når Benjamin anfører, at publikums perception af filmskuespilleren på lærredet er formet af kameraet og kameravinklen, peger han på en forskel skabt af mediet mellem oplevelsen af skuespilleren på teatrets scene, som den er styret af publikum, og oplevelsen af skuespilleren på flmmlærredet, som den er styret af kameraet. Sidstnævnte har ført til tabet af aura, fordi den "...er bundet til dets her og nu. Der findes ingen afbildning af den" (Benjamin, 25). Auratabet fører til en ændring i publikums perception. Det er denne perceptionsændring, vi tager med over i vores analyse af BookTok.

BOOKTOK - LÆSEFÆLLESSKABER PÅ TIKTOK

TikTok er en videodelingsplatform, hvor deltagerne typisk deler videoer mellem 15 sekunder og 3 minutter. Platformens såkaldte *affordances* gør det nemt for nye brugere at træde ind i fællesskabet, idet platformen understøtter produktionen af videoer, der kombinerer audiovisuelt indhold med tekst, emojis og hashtags (Guinez-Cabrera og Mansilla-Obando, 117; Stokel-Walker, 92). Begrebet *affordances* blev oprindeligt udviklet af adfærdspsykologen James Gibson, som i første omgang udforskede dets anvendelse i forhold til dyrs adfærd og deres interaktion med det omgivende miljø: "*The affordances of the environment are what it offers the animal, what it provides or furnishes, either for good or evil*" (Gibson 1979: 127, forfatterens kursivering). Gibson hævder, at muligheder i et miljø (f.eks. vand) varierer afhængigt af størrelsen på det pågældende dyr. Mens selve materialet forbliver konstant, er materialets *affordances* det ikke. *Affordances* er derfor kontekst- og færdigheds- eller formålsspecifikke. Begrebet er siden blevet udviklet og anvendt både inden for designstudier (Norman, 1990) og mediastudier (f.eks. Nagy og Neff 2015; Evans et al. 2016; Bucher og Helmond, 2018). I denne artikel henter vi betydning fra Bucher og Helmond (2018), der undersøger forskellige dimensioner af begrebet og belyser samspillet mellem mediernes fysiske egenskaber og menneskelig agens (Bucher og Helmond, 239).

På baggrund af en analyse af forskellige udlægninger og konceptualiseringer af begrebet identificerer Bucher og Helmond henholdsvis *low-level* og *high-level affordances*. *High-level affordances* er de forhold, sociale medieplatforme muliggør, og som faciliterer nye kulturelle adfærdsformer og kommunikationspraksisser, mens *low-level affordances* vedrører mediernes specifikke egenskaber, såsom knapper, skærme og lyde. Bucher og Helmond foreslår en mere sensitiv tilgang til platforme, hvor såvel mediernes materielle egenskaber og den rolle, menneskelig agens spiller i forbindelse med specifikke platforme, har betydning. Nagy og Neff understreger vigtigheden af at være opmærksom på "skjulte affordances" (2015, 3), herunder de underliggende algoritmer, der påvirker det indhold, brugerne møder på disse platforme. Som en konsekvens af algoritmernes rolle i onlineinteraktioner foreslår Low, Ehret og Hagh (2023) at tale om "algoritmisk kultur" frem for "deltagelseskultur" og argumenterer for, at der sker en form for samproduktion mellem indholdsskabere og algoritmen (Low et al., 2023). Begrebet affordance udgør et værdifuld redskab til at undersøge, hvordan der sker ændringer i normer og adfærd, når fællesskaber flytter til digitale platforme. Vi vil argumentere for, at begrebet ikke er sidestillet med teknologisk determinisme, men snarere peger på mulighedsbetingelser ved digitale medier for at forme og påvirke de kulturer og adfærdsnormer, der er forbundet med hverdagslivet og menneskelig interaktion. Derfor kan den digitale verden defineres som en konstruktion af både brugergenereret indhold og algoritmisk kuratering (Maddox og Gill, 2023).

TikToks affordances omfatter lydbidder (f.eks. en del af en sang), der kan bruges i videoer sammen med special effects og filtre. Brugerne kan følge, like, kommentere og videre dele TikTok-videoer på andre platforme såsom Facebook. En søgefunktion giver mulighed for at søge på brugernavne, lydbidder og hashtags. En "plus"-knap giver endvidere brugerne mulighed for nemt at oprette deres egne videoer. I nederste venstre hjørne af skærmen er der en cirkel, som leder til det originale lydclip, der er brugt i videoen, og forbinder til en side med alle andre videoer, der har benyttet det samme lydclip. Denne funktion klassificerer videoer og forbinder dem med brugerne på samme måde som hashtags. En rød pulserende knap i bunden af siden inviterer brugere til at "bruge denne lyd" for at skabe deres

egen video. Et eksempel er en lydfil på 10 sekunder, hvor en kvinde (Glenda) synger sætningen "All I wanna do is read a book today", en lydfil som er blevet genbrugt i over 1300 videoer. Brugerne mimer til lydfilen, mens de har en bog i hånden, laver en udsøgt kop kaffe, er på arbejde, er omgivet af opvask og vasketøj eller supplerer lydfilen med en tekst som "When my husband asks if we can go out and do something..."

Hashtags har været brugt på sociale medier siden 2007, hvor de først blev brugt på Twitter til at gruppere lignende beskeder (Bruns og Burgess, 16). Hashtags er dog ikke blot et udtryk for en klassifikation, men også for, hvordan og hvad fællesskaber kommunikerer igennem et givent hashtag (Andersen, 2022; Bernard, 2019). På BookTok suppleres hashtagget #BookTok, der på grund af sin udbredelse udgør et relativt ringe søgeredskab, med hashtags såsom bogtitler (f.eks. #alittlelife), trends (f.eks. #mustreadbooks) og genre (f.eks. #fantasy) til at klassificere dem. Hashtags anvendes også til at danne undergrupper inden for BookTok-fællesskabet såsom #classic books, #historical fiction, #blackbookrecs eller #lgbtbooks. Størstedelen af aktive deltagere på BookTok er yngre kvinder, der deler læseoplevelser baseret på følelser og oplevelser. I betragtning af videoernes længde er der ikke tale om grundige redegørelser eller dybe analyser af de læste bøger. I stedet afspejler videoerne den oplevelse og effekt, som bøgerne har på læserne. Hashtags såsom #booksthatmademecry eller #emotionalbooks skaber endnu en subgenre af videoer, hvor den følelsesfulde læseoplevelse sættes i centrum. Andre hashtag-bårne trends peger på læsemængden og størrelsen af bogsamlingen. Gennem hashtags som #TBRlist (To Be Read-liste), #Bookhaul (udpakning af bogkøb) og #bookshelf viser brugerne både deres planlagte læsning, deres seneste bogkøb og omfanget af deres bogsamling. Videoer af bogsamlinger er ofte i form af omorganiseringer af reoler efter forfattere, serier eller farvekoordineret under hashtags som #rainbowshelves, hvilket fremhæver brugernes kreativitet og personlige æstetiske præferencer. En omfangsrig, smuk og inspirerende reol øger brugerens status i fællesskabet.

Læsefællesskaber i form af traditionelle læsegrupper og -kredse har været et etableret element i læsekulturen i århundreder, hvor læsere samledes fysisk i mindre grupper for at diskutere og udforske en fælles læse-

oplevelse (Lund, 106; Rehberg Sedo, 3). Med den teknologiske udvikling er denne sociale læsekultur delvist blevet overført til onlineplatforme som Goodreads og LibraryThing. I de senere år har læsefællesskaberne udvidet deres tilstedeværelse til sociale medier, en bevægelse primært drevet af unge læsere, der oprindeligt var blandt de mest aktive brugere af platforme som TikTok. Sammenlignet med fysiske læsefællesskaber overskrider de virtuelle fællesskaber qua deres teknologiske forankring grænserne for geografi, rum og tid (Boyd, 49). Digitale mediers *high level affordances* tillader brugerne at kommunikere på tværs af grænser, men også, som påpeget af Baym, på tværs af masse- og personlig kommunikation (Baym, 12). De forbinder enkeltpersoner baseret på fælles interesser, følelser og ideer, gør det nemt at finde ligesindede læsere på tværs af globale skel og er samtidig potentielt tilgængelige for alle brugere. Online læsefællesskaber formes af de funktioner, platformen tilbyder. TikTok inviterer som nævnt ikke til lange, grundige verbale udlægnings af læseoplevelser, men har opnået sin popularitet ved at levere underholdende, meme-baseret indhold som i eksemplet ovenfor. Kommunikationen i disse fællesskaber er ofte mindre baseret på tale og mere på billede, lyd, tekst, hashtags og emojis, som udgør den primære form for udtryk. Trods disse begrænsninger manifesterer fællesskaberne sig tydeligt i de skriftlige kommentarer, hvor følgere udtrykker deres støtte og anerkendelse af andres indhold, hvilket vi vil se nærmere på i næste afsnit. Så selvom fællesskabet ved første øjekast fremstår audiovisuelt og derfor kan synes at stå i modsætning til den læsekultur, det dyrker, er skriften en central del af interaktionen mellem brugerne.

BENJAMIN PÅ BOOKTOK

Læsefællesskabet på BookTok repræsenterer en digital kultur, der er karakteriseret ved at være visuel og flygtig. Platformen fungerer som et virtuelt miljø, hvor brugerne deler og konsumerer korte videoer, hvor hastige indtryk og perceptionsformer dominerer. Disse videoer er baseret på genbrug af lydklip, hashtags og trends, hvilket udgør det fundamentale og strukturelle grundlag for brugernes æstetiske praksis. Selvom hver enkelt video kan betragtes som et unikt værk, er de dybt forankrede i en digital sfære, der

grundlæggende er baseret på reproduktion. De teknologiske affordances betyder, at indhold let kan deles, kopieres og genbruges, og elementer fra andres videoer kan integreres i nye kontekster og formater. Derfor kan man argumentere for, at BookTok-videoer fremstår som en direkte modsætning til Benjamins begreb om aura, hvor kunstværker anses for at have en unik og uerstattelig autenticitet. I stedet repræsenterer BookTok et eksempel på en kulturform, der fremmer ensartethed og reproduktion frem for autenticitet i gængs forstand. Mere præcist kan vi måske karakterisere BookTok som et eksempel, hvor ensartethed og reproduktion er udgangspunktet for den kulturform, der fremelskes – helt på linje med Benjamins syn på filmmediet.

Til forskel fra Benjamin er det imidlertid væsentligt at understrege, at indhold på sociale medier såsom TikTok ikke nødvendigvis kan sammenlignes med massekultur og reproduktion i klassisk Benjaminsk forstand. Ikke to videoer er ens, men tværtimod unikke, idet (re)produktionsprocessen er udvidet til den enkelte bruger. Der er ikke tale om en kulturindustri, hvor samme produkt produceres i tusinde eksemplarer, men snarere om et medieformat, som gennem affordances både muliggør og begrænser indholdsproduktionen (Leonardi). Som Benjamin peger på, kan man sige, at apparatet (hos Benjamin kameraet) og dets "bevægelsesmomenter" (Benjamin, 24) former den endelige præsentation og perception. Benjamins forståelse af kameraet kan derfor ses som en forløber for Meyrowitz' metaforiske forståelse af medier som sprog, der dækker over det enkelte medies udtryksmæssige variabler (Meyrowitz, 61). I tilfældet TikTok er det ikke som hos Benjamin et kamera og en produktionsproces styret af fotograf, klipper og instruktør, der styrer perceptionen. Platformen i sig selv udgør ikke et værk, som brugerne perciperer, men snarere en ramme, hvori uendeligt forskellige udtryk kan skabes gennem deltagelse. Selvom videoerne, særligt inden for bestemte fællesskaber som BookTok, mimer hinanden og udvikler en særlig æstetisk praksis og udtryksform, eksempelvis i form af de føromtalt trends, giver platformen mulighed for at individualisere indholdet.

Benjamin peger på, at auraens opløsning med fremkomsten af filmmediet afløses af en anden form for dyrkelse, nemlig dyrkelsen af filmstjer-

nen som ophøjet og feteret. På BookTok og andre sociale medier findes der brugere, der er semi-professionelle mega-influencers med over en million følgere (f.eks. @aymansbooks, @jack_edwards¹) og som kan siges at have opnået en form for stjernestatus. Man kan argumentere for, at de med den popularitet og position (Jack Edwards var en del af dommerpanelet i forbindelse med TikTok Book Award 2024) besidder en særlig aura, der er sammenlignelig med filmstjernernes. Samtidig kan man argumentere for, at der eksisterer en anden form for aura på Booktok, der er knyttet til autenticitet blandt booktokers. På Booktok eksisterer der en myriade af såkaldte nano-influencers, der med mellem 100 og 10.000 følgere har en mere begrænset rækkevidde. Brugere med færre følgere har typisk en større interaktion med deres følgere og dermed et højere engagementniveau, hvilket skaber en større autoritet og autenticitet i fællesskabet. På grund af den tætte relation til følgerne får anbefalingerne karakter af "word to mouth", og relationen mellem brugerne synes i øjenhøjde (Conde og Casais, 2).

Nano-influencers har ikke status i form af mange følgere, men snarere gennem den tætte relation til deres følgere og det høje niveau af engagement, hvilket ikke mindst ses i kommentarsporet. Et eksempel er under #miniaturebooks, hvor BookTok-brugere deler tutorials, hvor de laver kopier af deres bogsamling på størrelse med en fingernegl. @how-to-mini-books, der har lavet videoer på Booktok siden 2022, har i skrivende stund 15.000 følgere. I 2023 laver hun en video om, hvordan man selv kan lave miniaturebøger. Videoen har knap 8000 likes, over 100.000 views og 92 kommentarer. Til sammenligning har de fleste af hendes videoer et sted mellem 3000 og 10.000 views, så denne video er blandt top 10 i popularitet. Mange kommentarer har form af anerkendelse af @how-to-minibooks' DIY-færdigheder og påskønnelser af delingen af videoen (@minibook-fan1: "Thank you for this in depth tutorial!", @minibook-fan2: "You are a lifesaver 🥰 thank you so much for this"), hvilket viser, hvordan fællesskabet er funderet på interaktion og udveksling og værdisætter æstetiske praksisser. I kommentarsporet er der ligeledes spørgsmål om hvordan man selv laver

1 Med undtagelse af disse meget kendte booktokere, er de øvrige booktokere anonymiserede.

miniaturebøger, som @how-to-minibooks for en stor del svarer på. For eksempel spørger @minibook-fan3: "How do you find fonts to match so well 🤔", hvortil @how-to-minibooks svarer: "I normally start with a search for serif or sans and then scroll through the list forever until I find one similar enough lol". Kommentarerne får således næsten alle et svar tilbage fra @how-to-minibooks og ofte med yderligere tips, hvis brugeren har problemer med at følge anvisningerne i videoen. Når vi her forbinder aura-begrebet til autenticitet, knyttes det således til den unikke booktoker, som gennem relationer skaber en særlig unik forbindelse til følgerne, hvilket igen former deres perception.

Mens Benjamin taler om masseperception, har han af gode grunde mindre fokus på det sociale fællesskab, der kendetegner onlineplatforme som TikTok. Onlinefællesskaberne kan til gengæld forstås i forlængelse af Henry Jenkins begreb om deltagerkultur. Jenkins' begreb har efterhånden mange år på bagen, men er stadig centralt for forståelsen af onlinefællesskaber. Henry Jenkins har defineret deltagerkultur som et fællesskab:

(...) med relativt lave barrierer for kunstnerisk udfoldelse og samfundsengagement; med en stærk støtte til at skabe og dele sine kreationer med andre; med en form for uformelt mentorskab, hvor det, de mest erfarne ved, gives videre til nybegyndere; hvor medlemmerne tror på, at deres bidrag betyder noget; og hvor medlemmerne føler en vis grad af social forbindelse med hinanden. (Jenkins, 5)

Centralt i Jenkins' begreb er muligheden for at deltage på forskellige niveauer og i form af både formelle og uformelle medlemskaber. Den sociale forbindelse, som Jenkins fremhæver, kombineret med aktiviteter, der er meningsfulde for deltagerne, er centralt for at forstå fællesskabet på BookTok. Flere af profilerne, som kommenterer på @how-to-minibooks' video, har således ikke selv uploadet en video (endnu), men bidrager ikke desto mindre med anerkendelse og er en del af en dialog omkring bøger og læsning. Kun gennem interaktion i form af deling, likes og kommentarer skabes fællesskaber som BookTok og opretholdes platforme som TikTok som væsentlige for brugerne. BookTok med dets potentielt store deltagermasse "har frembragt en ændret måde at deltage på" (Benjamin, 33), men ikke på en måde, hvor masserne kun vil underholdes på bekostning

af betragterens evne til koncentration, hvilket er et gammelt og trivielt omkvæd ifølge Benjamin (Benjamin, 33), men snarere på en måde og på vilkår frembragt af digitale medier og deres affordances (interaktion, automatisering, interface osv.). Dette er i tråd med, hvad Benjamin hævdede om filmen: at den også krævede noget andet af betragteren, netop på grund af filmens materielle og tekniske struktur og dens egenskab af at være et teknisk reproducerbart medie.

DIGITALE TEKNOLOGIERS INDVIRKNING PÅ LÆSEKULTUREN

BookTok-læsefællesskabet er kendetegnet ved at dyrke læsning og fysiske bogsamlinger i et digitalt miljø. Bogen som taktil og fysisk genstand er en central del af booktokernes identitet som læsere, og fysiske bøger fylder meget i videoerne, både i form af bogsamlinger som baggrund i videoerne og af fysiske bøger i hænderne på booktokerne. Dette fokus på materialitet og fysiske objekter kan betegnes "bookishness". Begrebet stammer fra Jessica Pressmann, der definerer "bookishness" som "creative acts that engage the physicality of the book within a digital culture" (Pressman, 1). Pressman hævder, at fascinationen af boglignende aktiviteter og objekter opstod i det 21. århundrede, da digitaliseringen skabte en situation, hvor det ikke længere var nødvendigt at eje fysiske bøger. Information, historier, læsning, skrivning og andre former for kommunikation og arkivering, som engang var tæt forbundet med den trykte kultur, er nu blevet digitaliseret og tilgængeliggjort via forskellige typer af medier. Som følge heraf er der opstået en kreativ bevægelse, der dyrker bogen ikke bare som et kulturelt symbol, men også som et kunstobjekt. *Bookishness* dækker både den fysiske tilstedeværelse af bøger i sig selv, som det ses i videoerne (Battershill 2022) og kærligheden til genstande, der mimer fysiske bøger. Disse bogrelaterede objekter pynter ikke alene på en læsers hylde, men er også med til at understøtte den pågældende persons læseridentitet. Ved at betragte de bogrelaterede genstande på hylden får beskueren et billede af, hvilke bøger læseren sætter mest pris på – og et glimt af, hvem læseren er som person. De hjemmelavede genstande, såsom de nævnte miniaturebøger, er en del af denne bogkultur, der giver læserne mulighed for at vise deres kærlighed

til bøger. Så mens fællesskabet foregår på digitale platforme og udnytter de muligheder, som teknologien tilbyder til at mødes og dele erfaringer, er den individuelle læser-identitet i høj grad forbundet med fysiske bøger og bogsamlinger. Teknologien skaber så at sige nogle rammer, som relativt sømløst forbinder læsere verden over i en fælles passion for bøger.

Men BookToks popularitet beror ikke alene på teknologien. En anden årsag til BookToks succes og udbredelse synes at være, at der er tale om *peer-to-peer* formidling. Litteraturformidling er traditionelt blevet håndteret af fagfolk; litterater, bibliotekarer og skolelærere, der alle kendetegnes ved at være voksne og ved at have en mere eller mindre skjult dagsorden bag deres boganbefalinger. I Danmark har man i de seneste 20 år haft fokus på børn og unges faldende læsekompetencer gennem en lang række læselystkampagner (Balling & Vestergaard, 273). Formålet har været at øge læselysten og derigennem styrke læsekompetencerne. I samme periode er der blevet indført læsebånd og læsetests og lignende redskaber til at motivere og monitorere udviklingen. BookTok udmærker sig ved at have en anden tilgang til læsning. Her er der ikke fokus på analyse og personkarakteristik, men på den umiddelbare læseoplevelse. Læsningen, og ikke mindst valg af genre, er fri af alle krav om anvendelse, læring og kvalitet. Der er ingen, der dømmer hverken titelvalg, format (print, audio- eller e-bog) eller læseoplevelsen. Her spiller den algoritmiske kulturs ideologi måske ind (Hallinan & Striphas), fordi man heller ikke her udsiger værdidomme om enkelte værker. De mest populære titler udgøres af ungdomslitteratur, fantasy og romance, med den amerikanske forfatter Colleen Hoover, hvis første bøger var selvudgivelser, som den absolut mest populære forfatter i fællesskabet. Med andre ord er det, der læses og deles mest på BookTok litteratur, som sjældent bliver anmeldt og som ikke opnår anerkendelse i de litterære miljøer. I et vigen-de bogmarked og i en tid, hvor mange unge vælger bogen fra som medie, kan man argumentere for, at alle bøger er gode bøger, så længe de bliver læst. Den brede, let tilgængelige litteratur er netop den kulturform, som jf. Benjamin kan opnå masseudbredelse. Positivt betragtet kan man sige, at læsningen er blevet frisat fra mere instrumentelle krav om læring, dannelse og uddannelse og ved at etablere sig uden for den voksnes rækkevidde også frisat fra diskussioner om kvalitet, kanon og læseplaner.

BOOKTOK - ET ALGORITMISK KURATERET FÆLLESSKAB

Imidlertid udgøres rammen for dette fællesskab af en kommerciel platform, hvor aktiviteter prægnes af algoritmer og affordances på en for de fleste brugere uigennemskuelig måde. Ligeledes, og i modsætning til en læsekreds, der mødes f.eks. på biblioteket, er der tale om et kommercialiseret rum, hvor andre aktører også opererer. Forlag, boghandlere, bibliotekarer, forfattere og influencers, der præsenterer sponsoreret indhold, blander sig med den brugerbårne deltagerkultur. BookTok-fællesskabet er således, uanset at det ikke er tilsigtet, en del af et kommercielt landskab, både i form af de data, TikToks ejer ByteDance indsamler og i form af det substantielle mersalg, som BookTok har affødt på det globale bogmarked. Denne præmis for online-fællesskaber er ikke unik for BookTok, men kendetegner alle fællesskaber, som ikke eksisterer på non-profit platforme. Ligeledes er det naivt ikke at forholde sig til den effekt, algoritmer, likes og hashtags har på, hvad brugerne eksponeres for. Den frisatte læsekultur er formet af den teknologiske platform, som den finder sted på. Den frivillige lystbaserede læsning og strømmingen til særlige titler og genrer sker således under nudging fra den teknologiske ramme.

Kritisk betragtet kan man sige, at de digitale mediers egenskaber udnyttes til at indbyde publikum til at kommentere, følge, søge, dele, like, linke og tage. Lige præcis disse handlinger er, hvad der producerer værdi for selve platformen i form af de data, brugerne afgiver, når de kommenterer, følger, deler osv. Disse data bliver brugt rekursivt i den forstand, at de bliver brugt til at skræddersy personaliserede anbefalinger af (kultur-) produkter tilbage til brugerne. Her spiller algoritmer naturligvis ind som både smagsdommere og smagsdannere, som påpeget af bl.a. Beer (2013), Hallinan & Striphos (2016) og Morris (2015). Alle er de enige om, at algoritmer er nye aktører i en kultur, hvor kulturprodukters værdi måles på, hvor meget de bliver købt og læst og ikke mindst, hvor meget omtalen af dem bliver delt og cirkuleret på sociale medieplatforme, der atter generer data af værdi for både kulturproducenterne og ikke mindst for platformene. Denne "platformisering af kulturproduktionen" (Nieborg & Poell 2018), hvor det er platformenes forretningsmodeller og infrastrukturer, der sætter rammerne for kulturproduktion, betyder, at sociale medieplatforme som

for eksempel TikTok og et læsefællesskab som BookTok ikke kun er arenaer for udfoldelse og formidling af kultur, hvad der er oplagt og naturligt, men også er praksisser, der i BookToks tilfælde kapitaliserer på frivillige læsefællesskaber.

Den algoritmiske produktion og cirkulation af data muliggør samtidig, hævder Beer, at kultur finder os (Beer, 94), fremfor at det er brugerne, der egenhændigt finder frem til kulturprodukterne. Fordi vi har afleveret data til platformene som følge af vores onlineaktiviteter, er platformene i stand til at sende kulturprodukter i vores retning. På den måde er de naturligvis med til at forme vores smag, men Beer forekommer at være lidt for ensidig her. Forholdet mellem medier og brugere er ikke kun et spørgsmål om, hvilken effekt medierne har (og hvad effekt i det hele taget er for en størrelse). Det er også relevant, hvad brugerne gør ved og med medier i deres daglige praksisser. Det er klart, at platformene pusher indhold til os. Men de gør det på måder, der ligner al anden form for kommunikation: et skud i tågen. Enhver form for kommunikation indebærer en distance mellem afsender og modtager, der gør, at afsenderen aldrig kan være sikker på at 'ramme' modtageren, fordi denne først skal modtage og fortolke betydningen (Peters 1994). Uanset hvor megen data platformene har, og hvor megen personalisering, de er i stand til at tilbyde, skal mediebudskaber og kulturprodukter i sidste ende afkodes for at have en betydning overhovedet (Hall 1996). Med andre ord er forholdet mellem digitale medieteknologier og et kulturprodukt som f.eks. bogen nok et forhold, hvor data og algoritmer spiller en stor rolle i cirkulationen og formidlingen.

Zoomer man ind på BookTok, er det imidlertid mere tvivlsomt, hvor *afgørende* en rolle, data og algoritmer spiller, da måden bøger her bliver omtalt og vist frem på, som sådan ikke er personaliseret i betydningen formidlet til den enkelte læser, men mere et udtryk for en-til-mange kommunikation kombineret med mange-til-mange kommunikation. Det vil altså sige, at Beers udtryk om, at kultur finder os på BookTok ikke er dækkende i denne sammenhæng. Ja, bøgerne bliver promoveret og finder eventuelt frem til læserne, men ikke på grund af disses adfærdsdata (ikke i første omgang i hvert fald), men på baggrund af læsernes egen interaktion med BookTok og den givne booktok. Når det kommer til influencers og book-

tokers og deres indflydelse og status som mediepersonligheder, kan vi med Benjamins ord om forholdet mellem filmen og tabet af aura sige, at sociale medier "reagerer på auraens indskrumpning med en kunstig opbygning af "personality" uden for atelieret. Den stjernedyrkelse, som filmkapitalen fremelsker, konserverer den personlighedens fortryllelse, som for længst kun eksisterer i den fade fortryllelse, dens varekarakter indeholder" (Benjamin, 27). På næsten profetisk vis viser Benjamin altså, at mens film som reproduktionsmedie nedbryder auraen, så producerer filmmediet, eller i dette tilfælde sociale medier, samtidigt filmstjernen eller influenceren som en feteret vare, vi som publikum dyrker. Publikums (eller massens) forhold til kunsten ændres simpelthen som følge af reproduktionsmedier (Benjamin, 29). Reproduktionsteknikker har medført en mulighed for at flere kan deltage i dyrkelsen af kunst og kultur, samtidig med at det også har ændret måden at deltage på (Benjamin, 33). Det er lige præcis, hvad vi ser med booktokers. Den ændrede måde at deltage på er skabt af sociale mediers affordances og deres indbyden til interaktion i form af likes, kommentarer og at se med, når bøger bliver omtalt og anmeldt af en booktoker.

AT TÆNKE MED BENJAMIN

Det er i onlinefællesskaber som BookTok, at publikum lærer at dyrke deres præferencer. De unge læsere dyrker deres yndlingsbøger og forfatterskaber med stor entusiasme og uden at lægge under for omverdenens smagspræferencer og kvalitetskriterier. I modsætning til tidligere tiders tydelige opdeling i høj og lav kultur, en opdeling som både knyttedes til medieformer og genrer, dyrker de unge her deres lidenskab og deres fællesskab. De bader i deres litterære helte, og de ser sig ikke tilbage.

BookTok-fællesskabet er tilsyneladende helt og aldeles drevet af lyst og passion; måske endda mere af kontemplation frem for adspredelse, hvis vi skal blive i Benjamin-diskursen. Og dog. Til sidst i Benjamins essay diskuterer han nemlig forholdet mellem reception som adspredelse og reception som kontemplation og fremfører, at kontemplation forstået som optisk reception slet ikke er tilstrækkelig. Det er ikke nok at betragte noget for at fordybe sig. Adspredelse som taktil reception, som tilvænnning,

er nødvendig for det menneskelige perceptionsapparat i mediehistoriske brydningstider (Benjamin, 34). Receptionen af nye medier kræver nye måder at omgås dem, at tilvænne sig dem, for overhovedet at kunne forstå, hvad der foregår i dem. Når Benjamin derfor skriver, at "Den adspredte reception, som med voksende eftertryk viser sig på alle kunstens områder, og som et symptom på dybtgående ændringer i perceptionen, har i filmen sit egentlige øveinstrument" (Benjamin, 34), kan vi oversætte dette i nutidig mediekontekst og hævde, at den moderne adspredte reception har sociale medier som øveinstrument – i vores tilfælde helt præcist BookTok.

Benjamins essay såvel som senere læsninger af samme (Gumbrecht og Marrinan, 2003) rummer en tvetydighed. Ligeledes er det heller ikke problemfrit at tage Benjamins briller på og fortolke et nutidigt fænomen som BookTok-fællesskabet igennem disse briller, som vi lovede i indledningen til denne artikel. Når Benjamin alligevel dukker op i mange mediehistoriske og medieteoretiske diskussioner, er det fordi, hans analyser og begreber er gode at tænke med, og det er det, vi har gjort i denne artikel: brugt Benjamin til at reflektere over, diskutere og fortolke et nutidigt medie og mediefænomen som TikTok og BookTok. Det betyder, at vi i vores analyse er forholdsvis tro mod Benjamin og hans begrebsapparat (primært aura, reproduktion og perception) samtidig med, at vores fortolkning af BookTok-læsefællesskabet med Benjamins begreber uundgåeligt udfordrer disse af historiske og medieteknologiske årsager. Benjamins begreber sætter fokus på forandringer i perceptionsformer og æstetiske praksisser muliggjort af nye teknologier, et greb som har formet vores analyse og vist, hvordan man kan tænke med og igennem Benjamin, når man står overfor et måske noget anti-Benjaminsk fænomen som BookTok-læsefællesskaber.

GITTE BALLING, lektor ved Institut for Kommunikation, Københavns Universitet. Har udgivet adskillige artikler om læsning og nye medier blandt andet, *#BookTokMadeMeReadIt: young adult reading communities across an international, sociotechnical landscape* (2022), *The young read in new places, the older read on new devices: A survey of digital reading practices among librarians and Information science students in Denmark* (2019) og *Decreasing materiality from print to screen reading* (2018).

JACK ANDERSEN, lektor i kommunikation ved Københavns Universitet, Danmark. Siden midten af 2000'erne har Andersen spillet en central rolle i fremkomsten og konsoliderin-

gen af genre som et forskningsobjekt inden for informationsvidenskab. Han har skrevet, redigeret og været medredaktør på to bøger *Genre in Information Studies* (Andersen, 2015) og *The Organization of Knowledge: Caught Between Global Structures and Local Meaning* (Andersen & Skouvig, 2017) og adskillige videnskabelige artikler i informations-, kommunikations- og medievidenskabelige tidsskrifter.

BENJAMIN ON BOOKTOK

Reproduction, perception, and authenticity in online reading communities

Walter Benjamin's *The Work of Art in the Age of its Technical Reproducibility* remains relevant in relation to discussing what happens to our perceptions of art and culture. The text was written in a media-related time of revolution, where the concepts of aura, originality and authenticity were discussed in light of the advent of mass media and their consequences for the perception of unique works and performances. Benjamin's relevance has only been further accentuated in a digital age, where mass-produced reproductions of texts, music and performing arts are ubiquitous, and questions of originality and uniqueness must therefore be reassessed. The question is thus, what is perceived as authentic on digital platforms? One of the fastest growing platforms these years, Tiktok has emerged as the leading social platform for sharing information and entertainment. One of its subgroups, BookTok, connects under #booktok young readers with other readers. Characterized by being peers-readers, the "Booktokers" have greater influence, especially among young people and also among young people, who normally do not read. One of the reasons must be sought in the aesthetic culture and practice that Booktok represents. The platform's format and its affordances seem to matter. Soundbites, the use of hashtags as a form of communication and classification, easy access and reuse of other people's use of # or sound files make it easy to access. Characteristic of Booktok is that the videos are entertaining and often driven by emotions and affect. The book readers cry, love or hate books and experience a community and a recognition of their book choices and reading experiences. Authenticity here seems to be connected with emotions, interaction and commitment, the medium seems to generate effects not uncomparable to those analyzed as auratic by Walter Benjamin.

KEYWORDS

EN: platform, Tiktok, Booktok, Walter Benjamin, aura, authenticity, reader communities

LITTERATUR

- Andersen, Jack. "Genre as digital social action: the case of archiving, tagging and searching in digital media culture". *Journal of Documentation*, vol. 78, no. 2, 2022, s. 228-241.
- Balling, Gitte. *Kulturformidling: Teoretiske begreber, historiske perspektiver og kulturpolitiske rammer*. Samfundslitteratur, 2021.
- Balling, Gitte og Marianne Martens. "BookTok Helped Us Sell It: How TikTok Disrupts Publishing and Fuels the #Romantasy Boom". *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies* (in press).
- Balling, Gitte og Lisbet Vestergaard. "Børns læselyst – en analyse af de seneste 20 års kulturpolitiske argumenter og strategier i Danmark". *Nordisk Kulturpolitisk Tidsskrift*, 2022, vol. 25, nr. 3, s. 272-292.
- Battershill, Claire. "Writing with Spines: Bookshelf Art, Found Poetry, and the Practice of Assemblage". *Bookshelves in the Age of the COVID-19 Pandemic*, redigeret af Corinna Norrick-Rühl og Shafquat Towheed. Palgrave Macmillan, 2022, s. 175-191.
- Baym, Nancy K. *Personal Connections in the Digital Age*. Polity Press, Oxford 2015.
- Beer, David. *Popular Culture and New Media: The Politics of Circulation*. Palgrave Macmillan 2013.
- Beer, David og Roger Burrows. "Popular Culture, Digital Archives and the New Social Life of Data" *Theory, Culture & Society*, vol. 30, no. 4, 2013, s. 47-71.
- Benjamin, Walter. "Kunstværket i dets tekniske reproducerbarheds tidsalder" [Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit], oversat af Jørgen Holmgård, *Kultur & Klasse. Kritik og kulturanalyse*, 22. årgang, nr. 1, 1994, s. 15-42.
- Bernard, Andreas. *Theory of the Hashtag*. Polity Press 2019.
- Berret, Charles. "Walter Benjamin and the Question of Print in Media History". *Journal of Communication Inquiry*, vol. 41, no. 4, 2017, s. 349-367.
- Boyd, Danah. "Social Network Sites as Networked Publics: Affordances, dynamics, and implications". *A Networked Self: Identity, Community, and Culture on Social Network Sites*, redigeret af Papacharissi, New York: Routledge, 2010, s. 39-58.
- Bruns, Axel og Jean Burgess. "Twitter hashtags from ad hoc to calculated publics". *Hashtag Publics: The Power and Politics of Discursive Networks*, redigeret af Nathan Rambukkana, Peter Lang AG International Academic Publishers, 2015, s. 13-27.
- Brügger, Niels og Niels Ole Finnemann. "The Web and Digital Humanities: Theoretical and Methodological Concerns". *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, vol. 57, no. 1, 2013, s. 66-80.
- Bucher, Taina og Anne Helmond. "The affordance of social media platforms". *The SAGE Handbook of Social Media*, redigeret af Jean Burgess, Thomas Poell og Alice Marwick, SAGE Publications Ltd, 2018, s. 233-253.

- Conde, Rita og Beatriz Casais. "Micro, macro and mega-influencers on Instagram: The power of persuasion via the parasocial relationship." *Journal of Business Research*, vol. 158, 2023, art. 113708, s. 1-10.
- Evans, Sandra K, Katy E Pearce, Jessica Vitak og Jeffrey W. Treem. "Explicating Affordances: A Conceptual Framework for Understanding Affordances in Communication Research". *Journal of Computer-Mediated Communication*, vol. 22, 2017, s. 35-52.
- Gibson, James J. *The Ecological Approach to Visual Perception: Classic Edition*. 1st ed. Psychology Press, 1979.
- Guiñez-Cabrera, Nataly og Katherine Mansilla-Obando. "BookTokers: Generating and sharing book content on TikTok". *Comunicar* vol. 30, no. 71, 2022, s. 119-130.
- Gumbrecht, Hans Ulrich og Michael Marrinan. *Mapping Benjamin. The Work of Art in the Digital Age*. Stanford University Press, 2003.
- Hall, Stuart. "Encoding/Decoding". *Media Studies: A Reader*, redigeret af P. Marris og S. Thornham, 2nd ed., Edinburgh University Press, 1996, s. 51-61.
- Hallinan, Blake og Ted Striphas. "Recommended for you: The Netflix Prize and the production of algorithmic culture." *New Media & Society*, vol. 18, 2016, s. 117-137.
- Jenkins, Henry, Ravi Purushotma, Margaret Weigel og Alice J. Robison. *Confronting the challenges of participatory culture. Media education for the 21st century*. The John D. and Catherine T. MacArthur Foundation reports on digital media and learning, MIT Press, 2009.
- Leonardi, Paul M. "Digital materiality? How artifacts without matter, matter". *First Monday*, vol. 15, no. 6, 2010.
- Low, Bronwen, Christian Ehret og Anita Hagh. "Algorithmic imaginings and critical digital literacy on #BookTok". *New Media & Society*, 2023. <https://doi.org/10.1177/14614448231206466>
- Lund, Niels. D. "Skønlitterære læsekredse – mellem livsverden, marked og folkebibliotek." *Folkebiblioteket som forvandringsrum: perspektiver på folkebiblioteket i kultur- og medielandskabet*, redigeret af Leif Emerek, Casper Hvenegaard Rasmussen og Dorte Skot-Hansen, Danmarks Biblioteksforening, 2006, s. 105-118.
- Martens, Marianne, Gitte Balling og Kristin Higgason. "#BookTokMadeMeReadIt: young adult reading communities across an international, sociotechnical landscape". *Journal of Information and Learning Sciences*, vol. 123, no. 11/12, 2022, s. 705-722.
- Maddox, Jessica og Fiona Gill. "Assembling "Sides" of TikTok: Examining Community, Culture, and Interface through a BookTok Case Study". *Social Media + Society*, 9(4), 2023. <https://doi.org/10.1177/20563051231213565>
- Meyrowitz, Joshua. "Medium Theory" *Communication Theory Today*, redigeret af D. Crowley & D. Mitchell, Stanford University Press, 1994, s. 50-77.
- Meyrowitz, Joshua. "Tre paradigmer i medieforskningen". *MedieKultur: Journal of Media and Communication Research*, vol. 13, no. 26, 1997, s. 56-69.
- Morris, Jeremy Wade. "Curation by code: Infomediaries and the data mining of taste" *European Journal of Cultural Studies*, vol. 18, no. 4-5, 2015, s. 446-463.

- Nagy, Peter og Gina Neff. "Imagined Affordance: Reconstructing a Keyword for Communication Theory". *Social Media + Society*, 1(2), 2015. <https://doi.org/10.1177/2056305115603385>
- Nieborg, David B. og Thomas Poell. "The platformization of cultural production: Theorizing the contingent cultural commodity." *New Media & Society*, vol. 20, 2018, s. 4275 - 4292.
- Norman, Don. *The Design of Everyday Things*. Doubleday, 1988.
- Peters, John Durham. "The gaps of which communication is made" *Critical Studies in Media Communication*, vol. 11, 1994, s. 117-140.
- Pressman, Jessica. *Bookishness: Loving Books in a Digital Age*. Columbia University Press, 2020.
- Rasmussen, Casper Hvenegaard og Jack Andersen, (red.). *Digital kultur: En introduktion til digitale medier og samfund*, Samfundslitteratur, 2024.
- Rehberg Sedo, DeNel (Redaktør). *Reading Communities from Salons to Cyberspace*, Palgrave MacMillan, 2011.
- Smith, Ben. "Plike x Vlike + Pcomment: this tiktok equation keeps users hooked to videos", *ETCIO.com*, available at: <https://cio.economictimes.indiatimes.com/news/social-media/plike-x-vlike-pcomment-histiktok-equation-keeps-users-hooked-to-videos/88123816> (tilgået 18. marts 2024).
- Stokel-Walker, Chris. *TikTok Boom: China's Dynamite App and the Superpower Race for Social Media*. Canbury Press, 2021.

