

Bibliotekarstudentens nettleksikon om litteratur og medier

Av Helge Ridderstrøm (førsteamanuensis ved OsloMet – storbyuniversitetet)

Sist oppdatert 04.12.20

Forlag

Verbet “verlegen” var et gammelt tysk ord for “å ta noe på sin regning”. Forleggeren tar utgiftene til blant annet manuskorrekture, trykking, bokinnbinding, distribusjon og markedsføring på seg. Et forlag er en bedrift som må klare seg økonomisk, samtidig som den fremmer kulturlivet. “Hence concern for commerce and culture may coexist even though in an environment marked by much inner tension.” (Coser 2012 s. 72) Forlag ivaretar sine forfatteres opphavsrettigheter (Schütz 2010 s. 364).

Begrepet “forlegger” stammer fra middelhøytysk og betydde en person som lot en vare bli produsert på sin regning, og som *la fram* (“for-legge”) penger til dette (Schütz 2010 s. 365).

Forlagene var kommersielle handelsinitiativ og oppstod som bindeledd og risikobærer i samarbeidet mellom forfattere, trykkeri og bokhandel (Schanze 2001 s. 410). Til langt inn på 1700-tallet var forleggeren primært en trykker og bokhandler (Chartier 1997 s. 53). De sørget for hele utgivelsesprosessen (Schütz 2010 s. 365). Den tyske dikteren Goethes bestselgerroman *Den unge Werthers lidelser* ble utgitt på en tysk “forlagsbokhandel” i 1774 (Neuhaus og Holzner 2007 s. 432). Først på 1700-tallet begynte en langsom spesialisering, som skilte mellom hvilke personer som sørget for trykking, frakt til markedet og salg. Tidlig på 1800-tallet ble det i Frankrike mindre vanlig at forleggeren eide et trykkeri og en bokhandel (Chartier 1997 s. 50). Forleggerens rolle ble å undersøke tekster, finne forfattere, gi råd, levere bøkene til bokhandlerne osv.

Et forlags oppgave er “filtrering, foredling og formidling” (Espen Andersen), dvs. å velge hva som skal utgis og ikke utgis, forbedre manus, og å bringe gode verk ut til folket. Forlaget inngår avtaler med forfattere, utgir og selger deres bøker, basert på sin utgivelsesprofil eller -politikk. Forlaget har en “gatekeeper”-funksjon for hva som blir publisert, hva som blir gjort offentlig tilgjengelig for et stort publikum.

Både forlagsfolk og offentligheten generelt har i lange tider tenkt at forlag har “kulturelle forpliktelser”, og dermed ikke er vanlige bedrifter. Den skotske historikeren og essayisten Thomas Carlyle har (som den første) sagt at et forlag skal

være noe midt imellom en børs og en katedral. (Uttrykket ble senere brukt av blant andre Gyldendal-forlegger Harald Grieg.) Forleggere kan drives av både kulturell idealisme og harde inntjeningskrav samtidig. Forleggeren må ha et slags “janus-ansikt”, rettet både mot forfatterens og mot forlagets økonomiske interesser, og prøve å forene disse interessene best mulig (Schütz 2010 s. 375). Noen forlag satser primært på bøker som gir god inntjening på kort sikt, mens andre satser mer på “risikable og vanskelige” forfatterskap som på lengre sikt kan gi god lønnsomhet (Joch og Wolf 2005 s. 277). Og store forlag satser ofte på begge disse kategoriene.

Den tyske forleggeren Georg Joachim Göschen skrev i 1802: “Om en Goethe har skrevet boka, om det har krevd den høyeste åndskraft, det kan ikke jeg som kjøpmann ta hensyn til; en kremmer kan ikke være en mesen.” (siteret fra Faulstich 2002 s. 191) Ikke alle er helt enig. Men et forfatternavn kan gi et forlag et godt renommé uten at forlaget tjener mye penger på denne forfatteren (Neuhaus 2009 s. 188). Og forlagssjef Geir Berdahl i forlaget Oktober har flere ganger kalt forleggeri “et omsorgsyrke” (*Morgenbladet* 20.–26. april 2012 s. 36). Forleggeren bør ta godt vare på relasjonen til sine forfattere, både av økonomiske, kunstneriske og menneskelige grunner. Forlag skiller mellom “langstidsforfattere” som de utgir verk av gjennom flere år, og “korttidsforfattere” (f.eks. politikere, journalister og andre personer fra det offentlige liv) som av og til utgir bøker (Schütz 2010 s. 213).

“Den som skal være leder i Gyldendal, uansett på hvilket nivå, må forstå samspillet mellom tre former for kapital. Du må begripe den kulturelle kapitalen som oppstår i og med utgivelsene våre, i vårt samspill med forfattere og lesere. Så er det den økonomiske kapitalen, som handler om å få nok penger i kassen til å satse videre, og så er det den humane kapitalen, som går på ledelse og bedriftskultur.” (Geir Mork, forlagssjef i Gyldendal, i *Morgenbladet* 13.–19. mars 2015 s. 46)

“Utgivelser av samlede verk oppgis av forlagene ikke å være spesielt inntektsbringende. Snarere er de med på å vise og bekrefte forlagenes vilje til å ta på seg kulturelle forpliktelser. Det er mao. mer symbolverdi enn økonomisk verdi i dette, om man skal tro på forlagene, selv for forfattere av Hamsuns format.” (Slaatta 2010)

“Kulturlivet har en egen evne til å virke sympatisk og edelt. Især i forlagsbransjen liker ledere å se på seg selv som kulturbærere med et historisk ansvar. Her finnes det til og med et slående bilde for den splittelsen ledere opplever i møte med hverdagens trivialiteter. Man er tvunget til drive med både “børs og katedral”. Det fremstilles som to forskjellige systemer: I katedralen dyrker man de høyverdige verdiene; på børsen må man følge jungelens lov. Slik kan eksempelvis konsernsjef i Gyldendal, Geir Mork, være både en slags idealist på vegne av litteraturen og en av landets best betalte ledere, med mer enn tre millioner i inntekt. [...] Ledere styrer etter helt spesifikke

suksesskriterier, også i kulturlivet. Slik sett ligner forlag på en hvilken som helst bedrift.” (Ingunn Økland i *Aftenposten Innsikt* januar 2012 s. 88)

Forlagsjef i Oktober forlag, Geir Berdahl, sa i et intervju: “Alle som jobber i forlaget, setter forfatterne først. Litterært, sosialt og økonomisk. Du må tørre å gamble og investere i forfatterne, slik at de får tid til å skrive. At den avtroppende forlagssjefen er villig til å gå langt for forfatterne sine, er utvilsomt sant. Da Dag Solstad skulle feire 50-årsdagen i 1991, kom Berdahl på besøk før selskapet. Solstad satt fordypet i romanskiving, så forlagssjefen tok på seg oppgaven med å vaske de skitne vinduene før selskapet, slik at forfatteren fikk tid til å skrive.” (*Klassekampen* 20. juni 2015 s. 38)

“Både forleggerne og leserne har visst at dette ikke stemmer, at forlagsbransjen er en bransje med små marginer, der det trengs en solid børs for å kunne presentere en katedral utad, men begge parter har akseptert skuespillet. Forleggerne fordi de gjerne har vært mennesker med et genuint ønske om å bringe nettopp det ypperste av litteratur ut til leserne, og for å gjøre det har de vært villige til å svelge noen seriemorderromaner. Leserne, på sin side, har akseptert den hvite løggen fordi den har fungert som et modererende ideal for en bransje som er avhengig av å tjene penger akkurat som andre bransjer, men likevel alltid har skammet seg litt over det. Vi har vært enige om at *egentlig* dreier ikke dette seg om kroner og øre, det dreier seg om langt mer verdifulle størrelser, som kunst, opplysning og ytringsfrihet.” (Olaf Haagensen i *Morgenbladet* 24.–30. mars 2017 s. 45)

De økonomiske hensynene i forlagsbransjen har ifølge en tysk kritiker ledet til en “bokindustriell ideologi” (Alfred Pfabigan i <http://www.literaturhaus.at/index.php?id=4099&L=634>; lesedato 25.03.20).

Det finnes en rekke forskjellig type forlag, men ulike profiler og prioriteringer. “Each sector of the industry operates in a distinct environment, has different relations to the market, different distributions techniques, and even different types of personnel. The size of print runs, the chances of new authors breaking in, the capital requirements, and many other factors make for highly significant differences between sectors.” (Coser 2012 s. 76) “It is fragmented into a variety of firms that differ in size, operating procedures, and relations to the market.” (Coser 2012 s. 73)

Forlag og bokhandel må vurdere fire p-er: “product, price, place, promotion”, og hvert produkt bør ha en USP (Unique Selling Proposition) som skiller det fra alle de andre produktene og gjør det til noe helt spesielt (Schütz 2010 s. 262). For å selge mer av en bok, kan det også ha VAS (“Value Added Services”), altså tillegg til selve boka.

Forlaget må vurdere en bok sine sjanser på markedet, med “strengths, weaknesses, opportunities and threats” (SWOT-analyse av verket) (Schütz 2010 s. 339).

“Each book must be handled individually, and hence standardization has narrow limits. As a consequence, while top management may make certain overall decisions as to budget allocation, markets to be addressed, type of books to be published, or profit maximization, decisions as to whether to publish this or that particular book must be delegated to editors and editors-in-chief who are not part of the top administrative hierarchy.” (Coser 2012 s. 74)

Årlig blir det i Norge utgitt mer enn 5000 nye titler, skolebokmarkedet ikke inkludert (*Dagbladet* 3. januar 2013 s. 50). I Norge var det i 2013 ca. 1000 forlag, de fleste små. Ca. 84 av disse 1000 forlagene stod for ca. 80 % av alle utgivelsene (forlegger Arve Juritzen i *Dagbladet* 12. februar 2013 s. 52). Det ble publisert “1261 skjønnlitterære bøker gitt ut av norske forfattere i 2013. Tallet var 874 i 1994.” (*Morgenbladet* 2.–8. oktober 2015 s. 52)

“Om man jämför bokutgivningen per capita år 1950 och år 1990 finner man att den i England hade ökat ungefär fem gånger, i Sverige tre gånger, i Tyskland två och en halv gånger, i Frankrike två gånger – och så vidare.” (Svedjedal 1998 s. 56) På begynnelsen av 2000-tallet var Storbritannia, Kina og Tyskland de tre landene med størst bokproduksjon (Schütz 2010 s. 73).

“From 1960 to 1987 U.S. population per new [book] title declined from 1,195 to 468; in 1994 the figure was 505, which is dramatically lower than that for 1900 – 11,989 per new title.” (Kilgour 1998 s. 159)

I årene rundt år 2000 var Storbritannia det mest produktive landet i den vestlige verden når det gjelder bøker, med ca. 100.000 titler per år (Robin 2003 s. 132). Bøker på engelsk kan selges til hele verden. I Frankrike var det rundt årtusenskiftet 2000 ca. 300 relativt store forlag, men til sammen ca. 6000 bedrifter og organisasjoner som publiserte bøker (Robin 2003 s. 120). I Tyskland var det i 2004 nøyaktig 2771 registrerte forlag (Plachta 2008 s. 77). Året etter var antall tyske nyutgivelser 89869 titler, og omsetningen på bokmarkedet var ca. 9,2 milliarder euro (en økning fra 2004 på 0,9 %, etter flere år med stagnasjon) (Plachta 2008 s. 77). Antall nyutgivelser i Tyskland var i 2006 på 94.716 titler (en økning på 5,4 % fra året før) (Neuhaus 2009 s. 159). I 2010 ble det utgitt ca. 100.000 nye tyskspråklige boktitler (Neuhaus og Ruf 2011 s. 188 og 198). Ca. 6 % av alle de tyske forlagene hadde i 2002 hele 85 % av den samlede bok-omsetningen i Tyskland på 11,5 milliarder euro (Schütz 2010 s. 268). I Frankrike brukte forlagene på begynnelsen av 2000-tallet like mye penger på reklame for sine bøker (i forhold til omsetning) som kosmetikk-industrien brukte på reklame

for sine produkter (Robin 2003 s. 68). Ifølge en tysk kilde brukte tyske forlag i 2010 ca. 10 % av sine inntekter på å finansiere reklame for egne produkter (Schütz 2010 s. 395).

I 2003 stod tyske forlag for produksjon av ca. 774 millioner bokeksemplarer, på grunnlag av 80971 titler. Av de 80971 titlene var 52767 førsteutgivelser (nye bøker) (Schütz 2010 s. 66). De hundre største tyske forlagene hadde i 2009 ca. 85 % av forleggermarkedet, mens ca. 10.000 tyske miniforlag hadde mindre enn 10 titler å tilby (Neuhaus 2009 s. 176). Det var på samme tid ca. 3.700 tyske forlag med skatteplikt, dvs. som tjente mer enn 17.000 euro per år.

I Tyskland gikk i 2010 ca. 60 % av de skjønnlitterære bøkene med økonomisk underskudd, innen sakprosa var det minst 40 % som forlagene ikke tjente penger på (Schütz 2010 s. 302). Det innebærer at et mindretall av utgivelsene må selge svært mye og ha høy lønnsomhet for å gi forlaget inntekter. Når en bok har blitt en bestselger, kan ikke prisen skrus vesentlig opp, fordi salget da ville falle. Et stort salg til en moderat utsalgspris gir større inntekt enn et lavt salg til en relativt høy utsalgspris.

Mange forlag har slått seg sammen i store grupper, f.eks. Hachette i Frankrike, HarperCollins i Storbritannia, Bertelsmann i Tyskland og Planeta i Spania. Disse forlagssammenslåingene overskrider nasjonale grenser. Bertelsmann var i 2003 svært store i USA (Robin 2003 s. 132).

I Tyskland ble det fra ca. år 1800 vanlig med kommisjonshandel med bøker. Bokhandlere og andre bokselgere fikk rett til å sende tilbake til forlagene de bøkene som ikke ble solgt (Neuhaus 2009 s. 150). Men forlagene krevde at bøkene som ble sendt tilbake, måtte være i ny stand.

“American publishers that were established early in the nineteenth century and that continued into the twentieth included Appleton, Harper, Putnam, and Scribner. Nineteenth century British publishers were Black and Cassel, Blackwood, Chambers, Constable, Longman, Macmillan, Murray, and Nelson. In France there were Charpentier, Didot, Garnier, Hachette, Havard, Ladvoat, Larousse, and Levy, and in Germany, Brockhaus, Cotta, Mayer, Reclam, and Tauchnitz.” (Kilgour 1998 s. 112)

Det tyske Reclam forlag ble etablert av Anton Philipp Reclam i 1837, men kom raskt i konflikt med sensuren. Senere fant forlaget et lønnsomt marked for tyske litterære klassiker, utgitt i det såkalte Universal-Bibliothek, som ble etablert på grunnlag av at en rekke verk falt i det fri. For eksempel gikk den 70-årige opphavsretten til Goethes berømte skuespill *Faust I* ut i 1867. Det verket ble den første utgivelsen i den hendige

og billige klassikerserien. I 1878 ble verk nr. 1000 utgitt i serien, i 1885 nr. 2000 og i 1899 nr. 4000. Verk ble inkludert etterhvert som opphavsretten utløp. Serien ble avsluttet i 1908 med verk nr. 5000 (<http://www.literaturhaus.at/index.php?id=9520&L=634>; lesedato 25.03.20).

En trykt bok kan ha et førsteopplag, minsteopplag (det minste antall eksemplarer forlaget forventer å selge), etteropplag (alle opplag trykt etter førsteopplaget), restopplag (bøkene som havner på lager etter en bestemt salgsperiode) og dekningsopplag (antall bøker som må selges for at forlaget skal få dekket sine utgifter brukt på utgivelsen) (Schütz 2010 s. 17).

Forlag taper på å trykke bøker som ikke blir solgt, men er førsteopplaget for lite til å forsyne alle som vil kjøpe boka, risikerer forlaget at interessen for verket har tapt seg når andre opplag foreligger noen uker senere (Neuhaus 2009 s. 172).

En bok som i bokhandelen har en relativt lav pris, krever salg av et stort antall eksemplarer for å gi god inntjening, mens et lite opplag av en ettertraktet tittel kan selges til en høy pris i bokhandelen (Schütz 2010 s. 18). Et førsteopplag av et verk bør være stort nok til at alle kunder som ønsker verket, kan kjøpe det i løpet av noen uker eller måneder. Et opplag bør imidlertid ikke være så stort at det blir et vesentlig restopplag som ikke lar seg selge. Ofte vil det være mer lønnsomt å trykke et nytt opplag enn å få store lagerkostnader til restopplag, men en rekke små nyopptrykk/opplag kan redusere forlagets fortjeneste vesentlig. En tommelfingerregel for forlag er at førsteopplaget ikke bør være mer enn omtrent dobbelt så stort som det antall eksemplarer som sannsynligvis lar seg selge det første året etter at boka har blitt publisert (Schütz 2010 s. 18).

“[A]ltfor mange bøker utgis årlig [i Norge], ifølge Forleggerforeningen var det 55 797 bøker i alle bokgrupper i 2017” (*Morgenbladet* 30. november–6. desember 2018 s. 22).

Bøker som ender opp som store restopplag, kan bli makulert for å spare lagerutgifter. I Tyskland var det i 2010 bare ca. 15 % av bøkene som kom i 2. opplag (Schütz 2010 s. 302).

“A frontlist refers to a list of books that has just been published, in general less than one year ago. The term originates from the practice of publishers issuing catalogs featuring their books. The catalogs, which are typically issued twice a year, usually feature a photo of the cover art for the book together with press material describing the book and its author. [...] A backlist is a list of older books available from a publisher, as opposed to newly published titles (the frontlist). Building a strong backlist has traditionally been seen as the way to produce a profitable publishing house, as the

most expensive aspects of the publishing process have already been paid for and the only remaining expenses are reproduction costs.” (<http://www.frontlist.com/articles/book-terminology/#frontlist>; lesedato 29.08.13) En “backlist” er de bøkene som har kommet ut på et forlag og som fortsatt er tilgjengelige og selges, dvs. finnes fysisk til salg i bokhandel osv. (Kautter og Kraeft 1995 s. 23). Fenomenet endres med e-bøker fordi disse ikke er fysiske.

“Wired-redaktøren Chris Anderson satte i 2004 navnet den lange halen på et nytt fenomen: I den digitale økonomien er det ikke bare storsalg av bestselgere som teller, nettet muliggjør salg av små volumer fra et stort vareutvalg.” (<http://www.kopinor.no/media/nyheter/stor-trafikk-i-den-lange-halen>; lesedato 11.09.13) “The Long Tail beskriver alle de produktene man ikke har råd til å ha på lager – som f.eks. alle boktitler som ikke selger så mye [...] De fleste av oss er vant til å tenke 20/80-reglen – at f.eks. 20% av produktene står for 80% av omsetningen. Det viser seg at denne reglen ikke holder stikk i “Long Tail Businesses” som f.eks. salg av musikk, søk, bøker o.l.” (http://carls.blogs.com/my_weblog/2006/11/hva_betyr_den_1.html; lesedato 11.09.13)

“Technically, the midlist is the well-stuffed section of a publisher’s catalog full of books written by authors who are neither debut nor bestsellers. For new writers of commercial genre fiction, most especially in romance, this is a clear and well-defined destination. No longer a newbie, a midlister has a decent, if not magnificent, print run. A midlist writer probably has a good agent, a fairly attentive editor, and a growing audience. Life in the midlist is fine – not the fanciest house on the street, but, heck, it is in an exclusive neighborhood. The lure of ‘lead’ is out there, the next destination, the next move up. That is, unless you linger in the midlist too long. A few too many books that don’t inch their way up in the sales catalog, and a writer can face something much worse than languishing on the midlist: Life Without Contracts. This can happen after just a few years or a few books, primarily because one or two books sell only moderately well, causing booksellers to reduce orders for the next one, resulting in lower print runs.” (Roxanne St Claire i <http://www.autocrit.com/editing/library/genre-hopping-your-way-out-of-the-midlist/>; lesedato 12.12.13)

En bok sin USP (Unique Selling Proposition) er det kjennetegnet som framhever den bokutgivelsen på bekostning av den store mengden andre utgivelser (Neuhaus 2009 s. 195). “What benefit does your book offer to readers that they can’t find anywhere else? If you walked into a bookstore and there were only four similar books, all by different authors, merchandised next to each other on a shelf, what would make a potential buyer reach for your book first?” (<http://www.blakeatwood.com/what-is-your-books-unique-selling-proposition/>; lesedato 28.04.15)

Den franske forfatteren og leksikonredaktøren Denis Diderot formulert i 1767 en “risikoregel” om at av ti utgitte bøker blir én en stor suksess, fire dekker akkurat omkostningene og fem går med økonomisk underskudd (Neuhaus 2009 s. 189).

Forlag kan utgi noen verk som slett ikke er økonomisk lønnsomme, fordi disse titlene øker forlagets prestisje og dermed også kan øke forlagets salgstall (Neuhaus 2009 s. 18). Forlag ønsker å øke både sin økonomiske og sin sosiale kapital, dvs. penger og prestisje (Joch og Wolf 2005 s. 277). Prestisjen bidrar til økonomisk suksess. Og selv om et verk selger i et lite antall hvert år, blir det en vesentlig inntektskilde for forlaget hvis salget foregår over mange år. Forlag sørger derfor for å trykke opp noen eksemplarer år om annet, og dette kan også gjøre at copyrighten bevares lenger inn i framtiden (Robin 2003 s. 78). Forlag praktiserer “blandingskalkulering” av hvilke bøker som vil selge godt og hvilke mindre godt, slik at de lukrative bøkene finansierer utgivelsen av bøker som har en usikker eller beregnet lav inntjening for forlaget (Neuhaus 2009 s. 147).

Noen forleggere på 1700-tallet kjøpte rettighetene til å utgi bøker mot å gi forfatteren en éngangsutbetaling før verket var trykt. Hvis boka solgte godt, tjente ikke forfatteren noe mer på dette. Den tyske forleggeren Johann Friedrich Weygand i Leipzig ga dikteren Johann Wolfgang von Goethe et lavt honorar for hans roman *Den unge Werthers lidelser* (1774), mens forleggeren tjente store summer på at boka ble en europeisk bestselger (Neuhaus 2009 s. 151). Den tyske dikteren Christian F. Gellerts *Fabler og fortellinger* (1748) ga han en inntekt på 20 riksdaler, mens forleggeren tjente en liten formue. Det samme gjentok seg med et annet verk av Gellert noen år senere (Neuhaus 2009 s. 152).

“Forlagenes suksess med sine utgivelser bygger gjerne på en kombinasjon av god redaksjonell kompetanse, gode finansielle forutsetninger for å ta risiko, og evne til å håndtere effektiv produksjon og markedsføring. I forlagene verdsettes både god teft og sunn markedsforståelse. Det er en viktig egenskap å kunne omsette gode ideer til salgbare bøker. Med riktig pris og en effektiv design skaper dette interesse for kjøp og lesing. Forlagets kjernevirksomhet er kort oppsummert: redaksjon, produksjon, økonomi, informasjon, salg og markedsføring. Hvert år kommer det inn tusenvis av manuskripter til forlagenes redaksjoner. Disse skal gjennomgås og vurderes med sikte på utgivelse. Utallige redaksjonelle arbeidstimer nedlegges i dette arbeidet, men bare en brøkdel av disse manuskriptene blir til en bok. I tillegg tar forlagene mange initiativ og ber forfattere om å skrive bøker eller delta i et bokprosjekt. Særlig gjelder dette for læremidler, akademisk litteratur og sakprosa. Forlagenes avdelinger for oversatt litteratur må holde seg oppdatert om nye bøker og forfatterskap i andre land, og står i nær kontakt med utenlandske forlag og forfatternes agentbyråer. På de internasjonale bokmessene er det en eksponering av bøker fra hele verden som gir bransjefolk

impulser til egen utvikling og fornyelse. Retten til å utgi oversatte bøker kjøpes vanligvis ved direkte kontakt med enten forfatterens agent eller det forlaget som har retten til å opptre som forfatterens agentbyrå. Rettigheter kjøpes og selges på bokmesser, i første rekke i Frankfurt, i Bologna for barne- og ungdomsbøker og i London. For norske forlag har Bok & Bibliotek i Gøteborg blitt en stadig viktigere bokmesse. Kontrakten med det utenlandske forlaget eller agenten gir en enerett til oversettelse og utgivelse på det norske markedet.” (<http://www.forleggerforeningen.no/>; lesedato 26.03.13)

Forlagsredaktører må lytte både til forlagssjefen, forfatterne og til leserne (Neuhaus 2009 s. 281).

“Forlagsredaktøren står i nær kontakt med forfatterne og er en litterær samtalepartner og rådgiver gjennom prosessen fra manus til bok. Ulike bøker krever en individuell behandling, og det er store forskjeller i arbeidsmengden og øvrig ressursbruk som går med til de ulike bokprosjektene. Forfatterens bakgrunn er forskjellig, fra debutanter til veletablerte forfattere. Forfatterne kan også være fagfolk med store spesialkunnskaper som skal få hjelp til å uttrykke seg slik at leseren kan forstå og nyttegjøre seg innholdet. Språk og fortelling skal henge sammen, og forlagsredaksjonen arbeider med å sikre at intensjonene med verket realiseres. Redaktøren må derfor både være kritisk og entusiastisk, og kunne bistå forfatteren med å få fram og tydeliggjøre det forfatteren har på hjertet. Erfaringen viser at forfattere trenger og ønsker en kvalifisert redaksjonell samtalepartner. Forlagene har også et nettverk av eksterne forbindelser, og kjøper vanligvis tjenester som konsulentrapporter i forbindelse med manusvurdering og veiledning og bistand til forfattere. Oversettelser blir avtalt med profesjonelle oversettere. Manusvask og korrekturlesing av manuskript må gjøres grundig før trykking. Bilder og illustrasjoner kan benyttes for å komplettere og utfylle tekstene. Bokdesign og arbeid med layout er viktig for å gi boka det riktige visuelle uttrykket. Forlaget har videre produksjonsledelse med anbud for trykking og innbinding. I tillegg skal forlaget legge inn relevante bokdata i egne og eksterne bokdatabaser, og logistiktjenester knyttet til frakt og lager er nødvendige for at forhandlerne kan bestille og få bøkene tilsendt. Forlagets arbeid med bøker dreier seg følgelig ikke bare om litteratur og forfatterskap. Boka er også en vare, og i møtet med salgskanalene dreier det seg om profesjonelt informasjons- og salgsarbeid for å få bøkene innkjøpt.” (<http://www.forleggerforeningen.no/>; lesedato 26.03.13)

““Redaktør for norsk skjønnlitteratur” er en svært eksklusiv yrkeskategori. I landets etablerte forlagshus er det ikke mer enn drøye 30 personer med akkurat denne stillingstittelen. Drar man på litt, kan man si at denne lille gruppen bestemmer hvordan norsk litteratur ser ut: De velger hvilke manus som blir bøker, og har rett som det er (det har litteraturhistorien vist) langt mer enn noen rødpennmerkners innvirkning på hva som til slutt står å lese i bøkene. Utskiftningen blant landets skjønnlitterære

redaktører er dessuten minimal. De som sikrer seg en slik stilling, blir gjerne karrieren ut. Av og til er det små rokeringer innad i gruppen: En redaktør forlater et forlag til fordel for et annet, gjerne akkompagnert av et intervju i en bransjepublikasjon der vedkommende takker for fantastiske år i det gamle forlaget, men nå var det på tide å søke nye utfordringer. Alt går stille og rolig for seg, alle vel forlikte, og hvert år utkommer de nye samme gamle bøkene.” (Olaf Haagensen i *Morgenbladet* 9.–15. februar 2018 s. 45)

Jon Fosse leverte manuset til romanen *Raudt, svart* til forlaget Samlaget. Boka ble publisert i 1983, men han “fikk beskjed om at jeg måtte redusere gjentakelsene, jeg måtte korte den kraftig ned. I dag angrer jeg *veldig* på at jeg gikk med på det, jeg skulle ønske jeg fikk den ut i sin opprinnelige galskap. Men jeg finner ikke igjen manus.” (*Aftenposten* 12. mai 1996)

“Forleggere er like myteomspunnet som Tordenskiolds soldater. Det har alltid vært få av dem, men de få har vært synlige i vårt kulturlandskap. Den mest utbredte myten er at de har klart å gjøre seriøs kultur til god butikk. At bransjen skaper børs i katedralen og at utøverne både er kardinaler og kremmere. [...]” (Jan M. Claussen i *Bokvennen* nr. 3 i 1995 s. 4)

“Det blir fortalt at etter at den legendariske Gyldendal-direktøren Harald Grieg pensjonerte seg ble han spurt om hvordan det gikk. Grieg trakk litt på det. “Nå kan du jo lese alle de bøkene som kommer”, ble det foreslått. Grieg hadde prøvd det, men han klarte det ikke, det ga ikke mening for ham å lese når det ikke var et manuskript som eventuelt skulle bli til en bok. Dette er harde realiteter, det handler om en yrkesskade.” (*Morgenbladet* 9.–15. mars 2012 s. 38)

“ “Vi betaler deg ikke for å redigere”. Det fikk Marjorie Braman, redaktør med 28 års fartstid i amerikansk forlagsbransje, høre av en forlegger. De ville heller ha henne ut med agn – for å skaffe titler, følge med på nye navn, bygge forfatterstallen, legge inn bud på lovende bøker. Historien fortelles i et innlegg på bransjebladet Publishers Weeklys nettsider, med den urovekkende tittelen “What Ever Happened to Book Editors?” – formulert som om de allerede var en utrydningstruet art. Ifølge artikkelen er de det. Blant de mange omveltningene i bransjen, mener Braman en av de mest alvorlige er hvordan forlag har kuttet i andre avdelinger og lesset byrden over på redaktørene. De skal nå skrive baksidetekst, komme opp med ideer til boklanseringen, skaffe blurbs. Å jobbe med forfattere har blitt noe redaktører må gjøre på si, skriver hun.” (*Klassekampens* bokmagasin 5. oktober 2013 s. 2)

“Mange bøker blir gitt ut som billigbok eller lydbok. Noen bøker blir omskapt til film, tv-serier eller teater. At en finner nye måter å uttrykke budskapet i litterære tekster på,

er ikke noe nytt, og verdenslitteraturen har inspirert til store opera- og ballettproduksjoner. Det er ikke forlagene, men forfatteren som har opphavsretten til verket, og som avgjør verkets videre utnyttelse. Forlagskontrakten gir forlaget en enerett til å publisere verket i bokform. I Norge er det vanlig at forlaget har en agentavtale med forfatteren, og i denne kontrakten gir forfatteren forlaget rett til å inngå avtaler på forfatterens vegne om utgivelser i andre land, om teater- og filmrettigheter osv. Bøker er opphavsrettslig beskyttet, uansett hvilket format de er utgitt i. Om et verk er tilgjengeliggjort på Internett har det samme krav på opphavsrettslig beskyttelse som om det utgis på papir. De litterære verkene er omfattet og beskyttet av åndsverksloven og viktige internasjonale traktater og overenskomster. Selv om forlaget har en kontrakt med forfatteren om utgivelse, gir ikke dette noen annen rett enn eneretten til å utgi boka for salg. Det lages i tillegg egne kontrakter for bokklubb- og billigutgaver samt for lydbøker og e-bøker. Standardkontraktene med forfattere og andre rettighetshavere er tilpasset kravene i åndsverkloven og internasjonale forpliktelser på området som Norge er bundet av. Dette gjelder selvsagt også for oversatte bøker. Forlagene forvalter opphavsretten til verkene de har inngått forlagskontrakter om. Denne rettighetsbasen er forlagenes eksistensgrunnlag og inntektsmulighet riktig forvaltet. Arbeidet med å utvikle manuskripter og forvalte rettighetskatalogen er kostnads-krevende og må over tid være lønnsomt. I et slikt perspektiv er ulovlig kopiering en trussel fordi det undergraver forlagenes og forfatternes muligheter til å kontrollere verksutnyttelsen.” (<http://www.forleggerforeningen.no/>; lesedato 26.03.13)

“Det norskeide forlaget Bazar i Finland saksøker Sofi Oksanen for millioner. Begrunnelsen: Hun forpliktet seg til å skrive en roman det aldri ble noe av. [...] Hun karakteriserer kontraktspraksisen som shopping og Bazar som et forlag som gjerne kjøper unge forfatteres hele produksjon, bare i tilfelle forfatteren blir stjerne. Selv om en slik praksis etter hvert er blitt vanlig i USA, har det så langt vært lite av det i Norden, hevder Oksanen. [...] - Hvor vanlig er det at det tegnes kontrakter om bøker som ennå ikke finnes? - Det er helt vanlig. Det finnes mange slike avtaler i forlagsverdenen, særlig om oversatte bøker. Dan Browns bok “Det tapte symbol” kjøpte vi for eksempel rettighetene til fem år før den var skrevet, Keith Richards’ selvbiografi tre år før [...] sier Bazars nordiske forlagssjef Øyvind Hagen.” (*Klassekampen* 20. april 2013 s. 42)

“Per Hems solide og ruvende biografi om juristen, hjemmefrontlederen og politikerens Paal Berg, en helt sentral skikkelse i det 20. århundrets samfunnsliv [...] Forlagene elsker ikke slike bøker, som det kan ta en seks, syv, åtte år å skrive og som fort kan bli på en syv-åtte hundre sider. Utgivelsene er arbeidskrevende: konsulenter, språkvaskere, korrekturlesere, billedredaktører, standardisering av noter og oppsett av register, alt dette koster penger. Med åtte-ti år mellom hver bok får forlagene heller ikke bygget opp forfatterprofiler. [...] Nettopp slike prosjekter er grunnen til at vi har

forlag, og det er også grunnen til at det er verdt å forsvare den offentlige støtten til dem.” (Espen Søybye i *Morgenbladet* 21. desember 2012–3. januar 2013 s. 53)

Salgskanaler der forlagene selger sine bøker er bl.a. bokklubb, bokhandel, kiosk og Internett. Vertikal integrering i bokbransjen innebærer at forlag eier en bokhandelkjede (eller flere). Cappelen og Damm fusjonerte i 2007 og stod da som felles eiere av bokhandelkjeden Tanum. Gyldendal eide samtidig Ark-kjeden og Aschehoug var medeier av Norli-kjeden. Fusjonene har ført til kritikk. “Norsk bokbransje er unntatt fra konkurranselovgivningen, det er ingen eierskapsbegrensning, og det har utviklet seg en kartellvirksomhet der de tre største forlagene kontrollerer hele næringskjeden.” (forlegger Arve Juritzen i *Dagbladet* 7. november 2009 s. 61)

Det foregår mye salg av bøker på “det såkalte massemarkedet, altså dagligvarebutikker, kiosker og bensinstasjoner. [...] Aschehoug og Gyldendal bladde jo opp for å få innpass i Bladcentralen, så det viser hvor verdifullt de mener det er [...] gigantene Aschehoug og Gyldendal kom inn på eiersiden av Bladcentralen i 2010, da de kjøpte opp Bestselgerforlaget, som igjen har en eierandel i Bladcentralen. [...] Bladcentralen sier at alle forlag har tilgang på distribusjon gjennom dem, da de kan lisensiere bøkene sine til Bladcentralens eierforlag. Det å lisensiere ei bok vil si at et annet forlag gir ut den aktuelle boken i en egen pocketutgave, under sitt eget merke. [...] - Det er svært lite lukrativt. De forlagene jeg har snakket med som har gjort dette, sier de bare sitter igjen med fem til ti prosent av salgsinntektene [sier forlegger Arve Juritzen]. [...] De store norske forlagene eier de store bokhandelkjedene, og i 2010 kjøpte de seg også innpass i Bladcentralen – og dermed distribusjon til den delen av markedet som ikke er faghandel. Forlagenes maktposisjon er dermed udiskutabel.” (*Dagbladet* 9. april 2014 s. 36-37)

“Forlegger Arve Juritzen har lenge benyttet mafiauttrykk til å beskrive sine større konkurrenter. Denne uka fikk han mer brensel til bålet sitt, da Konkurransetilsynet varslet resultatet av razziaen de gjennomførte i bokbransjen i 2014: Norges fire største forlag risikerer bøter på til sammen 23 millioner kroner for ulovlig samarbeid. Cappelen Damm, som risikerer den største boten, har allerede tatt kraftig til motmæle. [...] dette handler om mer enn et mulig brudd på konkurranseloven. Det var i april 2014 at Konkurransetilsynet braste inn hos Cappelen Damm, Aschehoug, Gyldendal og Schibsted (Merk at Vigmostad Bjørke, Norges fjerde største forlag, først ble involvert i saken da de kjøpte Schibsted forlag i fjor). Razziaen skulle avdekke at forlagene hadde avtalt å boikotte distribusjonsselskapet Interpress. Interpress var selskapet Bladcentralens eneste reelle konkurrent på distribusjon av bøker og blader til kiosker og dagligvarebutikker, og en slik avtale ville vært konkurransevridende og ulovlig. Men lønnsom for forlagshusene, som alle var deleiere av Bladcentralen. [...] gjør bransjen spesiell, er den vertikale eierkonsentrasjonen, som er mindre verdt å skryte av. De nevnte forlagshusene er ikke bare store på utgiversiden. De eier også alle

de store bokhandlerkjedene, samt altså selskapet som distribuerer bøker til andre utsalgssteder enn bokhandlene, det vil si kiosker og dagligvarebutikker. [...]

Spørsmålet er om posisjonen til noen få, men svært store forlagshus gjør det vanskelig for mindre aktører å slippe til på markedet, slik at tilbudet til leserne blir dårligere enn det kunne vært? I 2014 var det akkurat slik. I alle fall på massemarkedet, som kiosk og dagligvare blir omtalt som. Bladcentralen distribuerte bare bøkene til eierforlagene, og konkurrenten Interpress slet med å drive lønnsomt. Etter hvert kastet Interpress inn årene, og Bladcentralen ble alene på markedet. Da åpnet de sjappa for andre forlag også, men monopolsituasjonen består. Og maktforholdene.” (*Dagbladet* 2. juli 2016 s. 48)

“Vertikal integrasjon i bokbransjen vil si at forlagene også kontrollerer distribusjonsleddene. Landets tre største forlag, Aschehoug, Cappelen Damm og Gyldendal, eier hver sin store bokhandlerkjede: Norli, Tanum og Ark. De eier også de største bokklubbene, i tillegg til Sentraldistribusjon og Forlagssentralen, som distribuerer bøkene fra forlag til bokhandlere.” (*Dagbladet* 10. juli 2012 s. 32)

“Forlagene har gradvis tatt over bokhandlere. Gyldendal, Aschehoug og Cappelen eier nå til sammen nærmere tre fjerdedeler av bokhandlermarkedet ifølge Aftenposten i går. Cappelen Damm eier Tanum, Gyldendal eier Ark og Aschehoug eier 51 prosent av Libris [...] Aschehoug og Gyldendal eier Forlagssentralen sammen. De eier også Bestselgerforlaget, Lydbokforlaget og Kunnskapsforlaget sammen, mens de eier den norske bokdatabasen sammen med Cappelen Damm, som også eier Sentraldistribusjon og egne bokklubber. [...] Mindre forlag og konkurrenter må kjøpe og forhandle seg inn i de stores distribusjonssystemer. Disse forlagene må gi konkurrentenes bokhandlere store rabatter, de slipper bare inn i Bladcentralen dersom et av eierforlagene lisensierer boka deres. [...] 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. Kanskje var bokklubbenes tid forbi uansett. Men kanskje er også både fysiske bokhandlere og fysiske bøker stort sett historie om få år. Da bør forlagene bestrebe seg på fortsatt å ha nok goodwill til å få på plass et system som ivaretar forfatterens og bokkulturens interesser på et forsvarlig vis. Da bør de også være forsiktig med å drive for mye børs i katedralen.” (*Dagbladet* 11. april 2014 s. 65)

“[S]elv kan jeg takke “Fifty Shades of Grey” [den britiske forfatteren E. L. James’ erotiske bestselgerroman fra 2011] for at jeg fortsatt får gi ut mine uselgelige

essaysamlinger på Gyldendal.” (Tor Eystein Øverås i *Klassekampens* bokmagasin 30. august 2014 s. 12)

Krimsjangeren Nordic Noir er “et mer respektabelt avtrykk enn lignende sjangerlitteratur produsert i Storbritannia eller USA. Sjangeren bærer preg av en ren og direkte skrivestil uten utstrakt bruk av metaforer. Romanene har en tendens til å handle om hverdagslig politiarbeid og detaljer. [...] Markedet er i ferd med å oversvømmes. Det har begynt å komme mange annenrangs krimromaner, som man nok hadde sluppet hadde det ikke vært for denne merkelappen, sier hun [krimkritiker Marilyn Stasio]. Stasio etterlyser at forlagene tar ansvar, slik at de gode forfattertalentene ikke drukner. Hvis ikke, står de i fare for å skyte høna som la gullet. - Mange lesere vil nok gå lei av å ikke få forventningene oppfylt når forlagene annonserer den nye store svenske krimforfatteren hele tiden. Til slutt vil boblen sprekke, sier Stasio.” (Lars Sætren i *Krim: Bilag til Dagbladet* 28. mars 2012 s. 26)

“Hvor lenge skal vi akseptere at det aller meste av norsk skjønnlitteratur aldri når fram til sine lesere og at litteraturpolitikken i beste fall kan karakteriseres som søvndyssende? [...] det totale markedet for omsetning av norsk skjønnlitteratur for voksne (unntatt serielitteratur og underholdningslitteratur) i 2010 var på 254 800 000 kr. Den totale omsetningen av all norsk skjønnlitteratur er altså på størrelse med omsetningen hos f.eks. min nærliggende REMA 1000-butikk. [...] Dersom forlagene ikke engang prøver å selge bøkene sine, hva driver de da med? Ett svar kan være at for forlagene er det å produsere og distribuere skjønnlitteratur noe som øker kulturell kapital og skaper et godt inntrykk overfor myndighetene. Det “kulturelle ansvaret” de påtar seg gjør at de nyter godt av en rekke lukrative særordninger, som f. eks. mva.-fritak. De pynter seg med skjønnlitteratur, mens de tjener pengene sine helt andre steder.” (Jørgen Moltubak i *Dagbladet* 5. januar 2011 s. 58)

“Independent presses” “refers to presses beyond the “Big Five” US trade publishers (Hachette Book Group, HarperCollins, Macmillan, Penguin Random House and Simon and Schuster).” (<https://theconversation.com/new-african-literature-is-disrupting-what-western-publishes-prize-85206>; lesedato 23.04.20)

Det tyske mediekonsernet Bertelsmann kjøpte i 1998 den amerikanske forlagsgruppa Random House, og gjorde Random House til et konsern med over hundre forlag i seksten land og over fem tusen ansatte (Neuhaus 2009 s. 142). Dette ble en av verdens største forlagsgrupper, som utgir ca. 9.000 nye titler hvert år. Random House tjente i 2005 før skatt omtrent 166 millioner euro. “29. oktober ble det kjent at storforlagene Penguin og Random House fusjonerer. Tyske Bertelsmann, som eier Random House, vil med dette stå bak 25 prosent av verdens bokutgivelser på engelsk. Den amerikanske forleggeren André Schiffrin [...] er sjefredaktør i forlaget The New Press, og internasjonalt kjent for sine bøker om og sin kritikk av forlagsbransjen, blant

annet i *The Business of Books. How the International Conglomerates Took Over Publishing and Changed the Way We Read* (2000).” (*Morgenbladet* 14.–20. desember 2012 s. 40)

Et forlagshus omfatter to eller flere forlag som inngår i samme forretningselskap. Forlagshuset Vigmostad & Bjørke hadde i 2012 ca. 150 ansatte. Forlagshuset omfattet Fagbokforlaget, det skjønnlitterære forlaget Vigmostad og Bjørke, Eide forlag, forlaget John Grieg, musikkforlaget Cantando, 40 % av det norske Piratforlaget og 40 % av nettbokhandelen Haugen Bok. Vigmostad & Bjørke har fått mange av bøkene trykt i et tidligere polsk statstrykkeri (*Forskerforum* nr. 7 i 2012 s. 23).

“Forlaget Vigmostad & Bjørke inngår samarbeid amerikansk-eide Harper Collins Nordic, melder Aftenposten. Harper Collins Nordic er et av verdens største forlag og utgir rundt 1100 bøker årlig på det nordiske markedet. Samarbeidet medfører at forlaget nå vil utgi bøker på det norske markedet under merkenavnet Vigmostad & Bjørke. Etter Aftenpostens beregninger ligger Vigmostad & Bjørke an til å gå forbi Aschehoug i løpet av høsten og bli Norges tredje største forlagshus etter Cappelen Damm og Gyldendal.” (*Morgenbladet* 2.–8. september 2016 s. 60)

Aschehoug forlag kjøpte i 2008 “60 prosent av Spektrum Forlag, Norges desidert mest lønnsomme forlag. Spektrum har lenge fullstendig dominert bestselgerlistene for såkalt generell litteratur med sine billige kokebøker og faktabøker for barn. Ifølge nettstedet Bok og Samfunn samarbeider forlaget med engelske Parragon, som trykker store opplag på mange ulike språk i en og samme prosess. Bøkene trykkes i lavkostland som Kina og Indonesia.” (*Morgenbladet* 12.–18. september 2008 s. 34)

“Forskjellen i omsetning mellom Cappelen Damm og Gyldendal på andre plass har bare økt de tre siste årene, fra 90 millioner i 2012 til 165 millioner i 2014. [...] Aschehougs omsetning (med de heleide underselskapene Universitetsforlaget og Oktober) var 420 millioner kroner, mens nykommeren i toppen, Vigmostad & Bjørke, omsatte for cirka 380 millioner. [...] Også spranget i omsetning fra Gyldendal til Aschehoug har økt de siste tre årene. Mens Gyldendals omsetning i 2014 var vel 630 millioner kroner, nådde ikke Aschehoug engang 290 millioner. [...] De fire stores kjedemakt og distribusjonsapparater gjør dem gjennom sine betingelser om rabatter ved innkjøp i stand til å høste profitt på andre forlags bøker. Dette er en viktig forklaring på at mange seriøse småforlag sliter, det skaper nye oppkjøpsmuligheter for storforlagene.” (*Morgenbladet* 10.–16. juli 2015 s. 36)

“Vigmostad & Bjørke er miniforlaget som ble landets fjerde største forlagshus. [...] - Jeg går ikke rundt og er konstant sulten etter å spise en konkurrent, sier Arno Vigmostad fra hytta i Farsund. Likevel: I juni tok han og partner Arnstein Bjørke et

stort jafs da de kjøpte Schibsted Forlag. Forlagshuset omsetter nå for rundt 380 millioner, bare Cappelen Damm og de to bautaene på Sehesteds plass, Gyldendal og Aschehoug, er større. De to vestlendingene startet forlaget som studenter ved Handelshøyskolen i Bergen i 1990. I løpet av 25 år har de blant annet kjøpt Norges største og mest populære nettbokhandel, Haugenbok.no, landets største akademiske bokhandel, Akademika, og flere småforlag, deriblant Piratforlaget. [...] Miniputtforlag som Tun, Økonomiforlaget, Ravn forlag, Forlaget Fag og Kultur og Cantando Musikkforlag er alle blitt snappet opp av de to gründerne. [...] Vil den skjerpede konkurransen også føre til bedre bøker, mer eksperimentell litteratur, påkostede viktige verker, eller til en økende kommersialisering, flere løkkeskriftbøker, mer krim og spenning? Begge deler, vil forleggerne si, mens de flakker med blikket og viser til foreningens logo med Merkur, den romerske guden for inntjening, og Pegasus, den greske vingehesten, poesiens symbol.” (*Morgenbladet* 10.–16. juli 2015 s. 37)

“Forlaget Oktober, som historisk har vært et lite forlag, har i løpet av de siste årene opplevd en kraftig vekst, og har nå etablert seg som det største forlaget på skjønnlitteratur for voksne med en fjerdedel av omsetningen. Oktobers eierforlag, Aschehoug, fortsetter derimot å tape markedsandeler: I 2014 hadde Aschehoug 28,7 prosent av markedet, i 2015 hadde de 19,5 prosent, og i 2016 var de nede på 14,8 prosent.” (*Morgenbladet* 16.–22. juni 2017 s. 43)

“Aschehoug-forfatteren Espen Søybye har fått jobben som løvepasser for våre to symbiotiske storforlag, de døende løvene Aschehoug og Gyldendal. Jobben består i, fremgår det, å redde storforlagene fra konkurransen fra andre og mindre forlag, som Søybye kaller “kjeltringer”. Litt overraskende, for Søybyes kjeltringer gjør ikke noe annet enn det hans egne venner gjør; hovedforskjellen er at de store sitter ettertrykkelig på diverse statlige honningkrukker, noe som unektelig minner mer om kjeltringstreker, mens de mindre og uavhengige må kjempe om det som måtte bli igjen når de store har forsynt seg. Metodene de bruker, typen forfattere, redaksjonelt arbeid, bokutstyr og markedsføring er omtrent de samme. Eneste forskjell er kanskje at noen forlag opptre litt mer anstendig overfor forfatterne enn andre. Og de anstendige omfatter IKKE Aschehoug og Gyldendal. Det er også underlig at han kaller de såkalte agentene i bokbransjen for “hvitsnippforbrytere”. Agenter er folk som mekler mellom forfattere og forlag. Vi har ikke denne yrkesgruppen i Norge. Det skyldes antakelig at det er en stor fordel for forfattere og kanskje for en del småforlag, men definitivt ikke for storforlag, å bruke agenter. Jeg tror at Espen Søybyes utspill er ment som en ren avledningsmanøver. Han vil hjelpe sine mektige venner til å beholde makten.” (Mari Toft i <http://www.syphilia.no/default.html>; lesedato 14.10.15)

Mange forlag har egne avdelinger/agenturer som selger bokmanus til utenlandske forlag. I 2006 solgte Cappelen Agency 137 titler til utlandet. Dette kan skje ved at det

hentes inn bud fra utenlandske forlag som melder sin interesse for norske bøker (budrunder).

I Belgia var i 2010 hele 75 % av forlagenes omsetning eksport av tegneserier (Lüdeke 2011 s. 233).

Den franske økonomen Thomas Pikettys bok *Kapitalen i det 21. århundret* (2013) ble en internasjonal bestselger, og ble oversatt til norsk i 2014. “En norsk oversettelse av Pikettys bok på nesten 700 sider er underveis, seks forlag kjempet om rettighetene. Cappelen Damm vant med hjelp av Agenda, en tankesmie for sentrum/venstre, som skal lansere verket på norsk med Piketty i november.” (*Morgenbladet* 12.–18. september 2014 s. 43)

Forleggervirksomhet har en lang historie. Noen romerske forlag i antikken er kjent og noen av dem spesialiserte seg: brødrene Sosius ga ut skjønnlitteratur, forleggeren Valerianus Pollius ga ut politisk og juridisk litteratur (Glambek og Christensen 1971 s. 20).

Det sveitsiske forlaget Schwabe regnes som verdens eldste (Neuhaus og Ruf 2011 s. 345). Det regner sin historie tilbake til da Johannes Petri, som hadde lært boktrykkerkunsten i Mainz i Tyskland mens Gutenberg ennå var i live, i 1488 fikk rettigheter i byen Basel i Sveits til å drive selvstendig trykke- og forlagsvirksomhet (<http://www.schwabe.ch/schwabe-verlag/verlag/geschichte/>; lesedato 02.11.15).

I renessansen var det tre privilegerte forlag i Storbritannia: Cambridge University Press, Oxford University Press og Queen's Printer i London. Disse tre forlagene fikk i 1534 (fornyet i 1628) enerett til å trykke Bibelen og *Book of Common Prayer*. Myndighetene påla dem strengt å være nøyaktige og ikke endre noe i tekstene. For de to universitetsforlagene finansierte etter hvert salget av den religiøse litteraturen mye vitenskapelig litteratur.

Elzevier er et nederlandsk forlagshus, grunnlagt av Ludvig Elzevier fra Leuven, 1540-1617. Den første boka fra forlaget ble utgitt i 1593. Forlaget ga fra 1629 ut en rekke bøker av klassiske forfattere, samt håndbøker om geografiske, økonomiske og kulturelle forhold i europeiske og oversjøiske land. Engros-, detalj- og antikvarbokhandel ble etter hvert like viktig som forlagshusets boktrykker- og forlagsvirksomhet (Davidsen 1995 s. 86). Forlagets opptrykk av Aldus Manutius-utgaver i lite format kan betraktes som de første pocketbøkene.

Selskabet for Norges Vel ble stiftet i 1809. Norges Vel ble landets første forlag, i form av en organisert bokhandelskommisjon. Forlaget J. W. Cappelen ble grunnlagt i 1829 og regnes som Norges eldste. Deretter fulgte Det Norske Samlaget i 1868 (som ga ut

bøker på landsmål/nynorsk), Aschehoug i 1872, Gyldendals norske avdeling i Kristiania i 1925, Tiden Norsk Forlag i 1933 og Universitetsforlaget i 1949. William Nygaard var sjef for Aschehoug forlag fra år 1900. Han stiftet Forleggerforeningen og var formann der de første 30 årene.

Harald Grieg ble i 1920 ansatt som sjef i det danske forlaget Gyldendals Christiania-avdeling. Det var i stor grad takket være hans innsats at Gyldendal i 1924 ble et selvstendig norsk forlag, og deretter at klassikere av Ibsen, Bjørnson, Kielland og Lie ble utgitt i Norge. Norske Gyldendal fikk stor økonomisk gjeld til det danske moderforlaget, men tjente mye penger på blant andre Hamsuns verk. Knut Hamsun og Johan Bojer var blant de nye aksjeeierne i forlaget. Grieg ble senere også formann i Den norske Forleggerforening.

“I løpet av de første 75 år fikk Forleggerforeningen 24 medlemmer (1973). I 1995 er tallet øket til 52 forlagsmedlemmer. Altså en fordobling på 20 år. Men trekker vi fra de forlag som nå er kjøpt opp av de store, er medlemstallet ikke øket nevneverdig. Av de gjenværende forlag har de fem største nærmere 90 prosent av bokomsetningen i Norge. Vi har altså en tilnærmet monopolsituasjon i bransjen. Oppkjøpene startet da den svenske forlagsgiganten Bonnier overtok aksjemajoriteten i Cappelen. Helt siden Henrik Groths tid hadde forlaget hatt økonomiske problemer som senere forsterket seg. Aschehoug ble tilbudt å kjøpe Cappelen, men avsto. Da salget til svenskene var et faktum, ble det fart i de to gjenværende norske giganter Aschehoug og Gyldendal i konkurranse med det nye Cappelen og Hjemmet-gruppen som eies av danske Egmont. Vi nevner noen av disse oppkjøpene: Cappelen har bl.a. overtatt Bedriftsøkonomen, Boksenteret, Aventura, Grøndahl, Dreyer, Forlaget Liv og startet Cappelen Bokklubb og Sentraldistribusjon. Egmont har overtatt Hjemmets Bokforlag, Scanbok, Bra Bøker, Damm, Teknologisk Forlag, Mortensen, Fredhøis, Fagpresseforlaget og startet 9 bokklubber. Gyldendal har bl.a. kjøpt Tiden og Ad Notam. Aschehoug består nå av 11 enheter, bl.a. TANO, Lydbokforlaget, Oktober, Norlis Bokhandel og Kirkelig Kulturverksted. Dessuten er Aschehoug og Gyldendal nå samarbeidende eiere av Kunnskapsforlaget, Yrkesopplæring, Universitetsforlaget (50 prosent), Forlags-sentralen, Sameiet Bakås og 12 bokklubber organisert i Den norske Bokklubben. [...] ifjor var bokomsetningen totalt på 3,4 milliarder kroner og Norge la på verdenstoppen når det gjelder bokkjøp pr. hode i forhold til folkemengden. [...] Det selges 33 millioner bøker hvert år i Norge” (Jan M. Claussen i *Bokvennen* nr. 3 i 1995 s. 7-9).

Tiden Norsk Forlag – som var arbeiderbevegelsens eget forlag – ble grunnlagt i 1933, med Kolbjørn Fjeld som leder (han var bibliotekar av yrke). Tiden overtok i 1936 det lille Fram Forlag, som også ga ut antifascistisk litteratur. Den første forfatteren Tiden ga ut, var den på den tiden lite kjente dansk-norske Aksel Sandemose. Han første

roman på Tiden var *En flyktning krysser sitt spor* (1933), et verk som Gyldendal hadde refusert.

“Hvordan kunne man ta sjansen på å starte et forlag i kriseåret 1933? Det var et risikabelt prosjekt, men det har jo Tiden fortsatt å være senere også – riktignok av ulike grunner. [...] I juni 1933 forkastet man både “Norsk arbeider- og bondeforlag” og “Samhold”, og bestemte seg for Tiden Norsk Forlag. Det var den første forlagssjefen, Kolbjørn Fjeld, som sto bak det navnet. [...] Tiden ble startet nesten uten penger, men en av titlene på den aller første høstlisten var Aksel Sandemose store roman *En flyktning krysser sitt spor*. Sandemose var kommet til Fjeld med en koffert full av løse manuskriptsider, og ble på forlaget i syv år. I tillegg til å være forfatter på forlaget var han konsulent og oversetter, han skrev reklametekster og vaskesedler. Han lagde også utkast til annonser for sine egne bøker, og “ble ikke fornærmet om jeg forkastet dem”, skrev Fjeld. En reklametekst som ble brukt var denne: “hater du far og elsker du mor – les *En flyktning krysser sitt spor*”. [...] I 1945 åpnet Tiden igjen. Fjeld hadde funnet igjen det gamle skrivebordet sitt – hos bibliotekdirektøren, av alle steder. Det var det eneste møblet han hadde på kontoret da Sandemose kom oppom. “Denne gangen kommer jeg for å be om å få gå over til Aschehoug,” sa han. Aschehoug ville gi Sandemose Kjørkelvik, og det var et tilbud Tiden ikke kunne matche – Sandemoses gjeld til Tiden var på dette tidspunktet større enn forlagets samlede aksjekapital. Dermed lot Fjeld Sandemose gå, og etterga ham samtidig store deler av gjelden.” (forlegger Geir Gulliksen i *Morgenbladet* 5.–11. desember 2003 s. 19)

Arbeiderparti-politikerens Haakon Lies selvbiografi *Slik jeg ser det* (1975) ble gitt ut på Tiden, og solgte godt, og det har blitt hevdet at “salgstallene til Lies bøker i stor grad ble redningen for arbeiderbevegelsens forlag Tiden – som han selv var med på å starte opp i 1933. Ønsket om å hjelpe Tiden spilte sterkt inn for Haakon Lie, og forlagssjef Trygve Johansen var sammen med Lies mangeårige medarbeider Paul Engstad en aktiv pådriver for “Slik jeg ser det”.” (*Dagbladet* 8. juli 2008 s. 33)

“Knut Hamsuns sønn Tore Hamsun (1912-1995) [...] lot seg innsette som nazifisert forlegger i Gyldendal under krigen.” (*Morgenbladet* 4.–10. oktober 2013 s. 36)

“Kamban forlag var et forlag som var startet og eid av Hans Solgaard Jacobsen i 1940. Det blir ofte omtalt som et av NS-forlagene sammen med Blix forlag, Atlantic forlag, Viking forlag, J.M. Stenersens forlag og Centralforlaget. Før andre verdenskrig hadde forlaget navn etter Jacobsens tidsskrift *Ragnarok*. Forlaget utviklet seg under okkupasjonen til et selvstendig nasjonalsosialistisk forlag med personlig profil. Ikke minst ble forlaget preget av litteratur av og for frontkjempere, med forfattere som Per Imerslund, Olav Arnesen, Bernhard Bolsmo og Oscar Barth. Halldis Neegård Østbye

utga også bøker på Kamban, likeledes Kåre Bjørgen; dessuten utkom flere barnebøker preget av nasjonalsosialistisk ideologi, samt bøkene om Gerhard Folgerøs ferder: Leif Eriksson-ferden og Roald Amundsen-ferden. [...] Forlagets uavhengige profil gjorde at det ofte kom i konflikt med ledelsen av Nasjonal Samling. Forlaget ble gjenstand for alvorlige inndragninger og konfiskasjoner under rettsoppgjøret etter andre verdenskrig. Senere startet Jacobsen opp på nytt under navnet Store Bjørn Forlag der han bl.a. utga Ralph Hewins *Quisling – Prophet without Honour* fra 1965, med norsk tittel *Quisling, profet uten ære* i 1966.” (https://lokalhistoriewiki.no/wiki/Kamban_forlag; lesedato 27.08.18)

“Nordmenns leselyst er stor. Den beløp seg til 1,7 milliarder kroner i fjor [dvs. 1982] – ca. åtte bøker pr. innbygger, omtrent det dobbelte av hva lesere i USA og Frankrike kjøper.” (*A-magasinet* 27. august 1983 s. 5) “For året 1959, med sine 2001 titler, var totalopplaget 13 881 300 eksemplarer, med en beregnet produksjonsverdi av 124,5 millioner kroner. Folketallet lå da på rundt tre og en halv million. Dette vil si at “konsumet” nærmet seg fire titler pr. individ. I 1989 ble det omsatt bøker for 2,9 milliarder kroner i Norge. Det vil si at hver innbygger statistisk kjøpte bøker for over 700 kroner, og at gjennomsnittsfamilien kjøpte bøker for godt over 2000 kroner. I 1991 ble det utgitt i alt 3373 bøker [ulike titler] i Norge, av dem 1129 under rubrikken litteratur, mens 623 gjaldt samfunnsvitenskap, 421 anvendt vitenskap, 396 historie eller geografi, 223 kunst eller rekreasjon, 147 religion, 146 naturvitenskap og 115 filosofi, mens 98 falt inn under rubrikken alminnelige skrifter. Av de 3373 bøkene var 2111 forfattet på norsk.” (førstebibliotekar Erling Grønland gjengitt fra *A-magasinet* nr. 5 i 1993 s. 26) Nye opplag er ikke tatt med i dette tallmaterialet.

I Tyskland ble antall forlag nesten doblet i perioden 1865-80 (Daum 2002 s. 239).

Den franske forleggerforeningen samlet i 2013 hele 670 forlag under sin paraply, og det samme året ble det utgitt over 80 000 ulike boktitler i Frankrike (*Morgenbladet* 6.–12. september 2013 s. 36).

“Under bokmessen i Frankfurt ble generalforsamlingen i Den internasjonale forleggerforeningen (IPA) avholdt. Syv nasjonale forleggerforeninger ble tatt opp: Bangladesh, Hellas, Tunisia, Peru, Slovenia, Saudi-Arabia og Kina. De to siste, Saudi-Arabia og Kina, førte til at Norge melder seg ut. [...] I vedtektene til Kinas forening heter det blant annet at den er “en bro som knytter det kinesiske kommunistpartiet og regjeringen nært sammen med den kinesiske forlagsindustrien”. Det heter også at foreningens mål er å sørge for at forleggere følger marxist-leninismen, Mao Zedongs tanker og Deng Xiaopings teorier, implementerer Partiets prinsipper og at “forlagsarbeid skal tjene folket og sosialismen”.” (*Morgenbladet* 30. oktober–5. november 2015 s. 48)

Forlags krav til inntjening og deres kulturelle profil gjør at det er svært forskjellig hva ulike forlag satser på av utgivelser. Dette er også strukturelt ulikt fra land til land. I Norge har de statlige innkjøpsordningene gjort det lettere for forlag å satse på “smale” utgivelser. Lyrikeren Paal-Helge Haugen har sagt: “Norge er et lyrikkparadis. Ute i verden er det annerledes. De siste åra har det blitt mer og mer håpløst. Kolleger i USA og Frankrike får knapt nok utgitt diktsamlinger i det hele tatt.” (*Dagbladet* 15. mars 2008 s. 44) Charles Dickens forandret sin opprinnelige slutt på romanen *Great Expectations* (1861) fordi hans forlegger tvilte på om slutten ville bli likt og dermed gjøre boka til en økonomisk suksess.

“Forlaga hevdar gjerne at dei satsar på underhaldningslitteratur for å kunna gi ut bøker dei tenar mindre på, eller taper pengar på. Underforstått og sagt på ein annan måte: Når du får debutera, og vi har råd til å gi ut den gode diktboka di, er det fordi vi også gir ut den formularaktige krimmen og den elendige tevefjesboka. Men dette er eit tvetydig argument, som det går an å snu opp ned på. Gjennom kulturforliket og innkjøpsordninga har forlaga inngått ein samfunnskontrakt om å ta andre omsyn enn reint kommersielle når dei gir ut bøker. Ved å bryta eller sjå bort frå denne kontrakten, set dei mykje på spel. Innføring av moms på bøker og bortfall av innkjøpsordninga ville radera ut det norske litterære systemet. På den frisette bokmarknaden ville bestseljarane finnast over alt, i daglegvarebutikkar og i kioskar. Sannsynlegvis vil ikkje bokhandlane forsvara marknadsposisjonen berre ved å satsa på bestseljarar. Dei er heilt avhengige av andre bøker. Av den grunn er forlagsbehandlinga av den altfor tynne diktboka og den altfor tjukke romanen strategisk avgjerande viktig for at forlagsbransjen får halda fram med å bli økonomisk særbehandla. Derfor er det ingen grunn for at debutantar og forfattarar med dårleg sal skal stå med lua i handa. Tvert om skal forfattern av bøker det er vanskeleg å selja, halda hovudet høgt og minna dei store forlaga om at dei er økonomisk heilt avhengige nettopp av å prøva å selja hennar og hans bøker!” (Kjartan Fløgstad i *Klassekampens* bokmagasin 6. juni 2015 s. 10-11)

Det norske forlaget Panthera ble opprettet for “å gi unge skrivetalenter en sjanse” (*Dagbladets* fredagsmagasin 21. mai 2010 s. 19). Det italienske forlaget La Tartaruga (Skilpadden) gir bare ut bøker av kvinnelige forfattere. “Den hviterussiske nobelprisvinneren Svetlana Aleksijevitsj skal starte forlag [...] Forlaget skal utelukkende publisere kvinnelige forfattere, og målet er å bøte på den enorme skjevheten mellom mannlige og kvinnelige avsendere i det hviterussiske bokmarkedet.” (*Morgenbladet* 17.–23. januar 2020 s. 38)

Forlag lager sine reklamekampanjer og publiserer salgstall osv. “Vi [i Norge] har en sterkere tradisjon for å overlate skrytet [over bestselgere] til forlagene, som når det lakker mot julegavetid, rykker inn sine egne lister på annonseplass. Her opplyser de

oss om hvor mange eksemplarer de har *trykket* av ei bok, men aldri hvor mange som faktisk er solgt. Særlig tidlig på høsten kan dette gi seg utslag i at ei bok det er knyttet store forventninger til, trykkes i, la oss si tjue tusen eksemplarer, men så viser det seg at den bare klarer å selge åtte tusen. Slikt må vi vel strengt tatt kunne kalle misvisende markedsføring, men som regel er disse annonsene likevel relativt informative, siden bestselgerne vanligvis trykkes i små opplag om gangen.” (*Dagbladet* 30. desember 2007 s. 32) Opplysninger i annonsene om “Nytt opplag!” eller lignende vil mer entydig gi informasjon om at mange faktisk har kjøpt boka.

“[O]pp mot 40 prosent av omsetningen til de store forlagene skjer de tre siste månedene før jul” (*Dagbladet* 23. november 2008 s. 21).

Såkalt “kryssubsidiering” innebærer at forlagenes inntekter fra bestselgere bidrar til å finansiere bøker som selger mindre. “Forfattere innen alle sjangre trenger som regel lang tid og flere utgivelser for å utvikle sitt potensial. I små språkområder som det norske, er breddelitteraturen kjennetegnet av svært lave opplag og salgstall. Disse utgivelsene er kun mulig i et system som tilrettelegger for effektiv kryssubsidiering fra bøker som selger mye til bøker som selger mindre.” (<http://www.forleggerforeningen.no/nyhetsarkiv/forslag-til-boklov-er-fremlagt>; lesedato 19.06.13)

Det hender at forlag oppfordrer forfattere til å skrive bøker om et bestemt emne, tar initiativ til oppdragsskriving og lignende. Kjersti Scheens bok *Månefeen* ble skrevet etter en bestilling fra forlaget på en ungdomsbok om spisevegring. Andre forfattere vil derimot “gjærne betale seg plass på forlagets bokliste. Jeg har møtt dette både som leder av Pax og Universitetsforlaget. Et forlagsnavn på tittelbladet er bedre enn ditt eget. Dette må forleggeren selvsagt avvise: Vi bestemmer selv hva som skal trykkes, vi mister *vår* frihet om vårt navn er til salgs.” (forlegger Tor Bjerkmann i *Bokvennen* nr. 2 1994 s. 38)

Fram forlag ble etablert av den politisk radikale gruppa Mot Dag, som ble ledet av Erling Falk. “Først den forsterkede økonomiske depresjonen fra 1929 inspirerte Falk til å studere Marx’ *Kapitalen*, som han begynte å oversette. Oversettelsen, som kom til å omfatte bind 1 og 2 og første del av bind 3, ble fra 1930 utgitt i hefter på Fram forlag.” (https://nbl.snl.no/Erling_Falk; lesedato 14.01.15)

“Før forlaget fantes tidsskriftet Pax med Johan Galtung som redaktør i 1962, og Tor Bjerkmann som redaksjonssekretær. I 1964 etablerte Bjerkmann, som da var blitt redaktør, Pax som uavhengig forlag, men med tidens nyradikale profil. I oktober samme år ga Pax ut sin første billigbok, Bjerkmanns nyoversettelse av George Orwells *Animal Farm*, nå under tittelen *Kamerat Napoleon*. I løpet av høsten kom åtte bøker, deriblant Nelson Mandelas forsvarstale, David Horowitz’ *Den kalde krigen – Søkelys*

på amerikansk utenrikspolitikk og Lars Ullerstams *De seksuelle minoriteter*, som ble trykt i et førsteopplag på 10 000 eksemplarer. Så var det i gang, dette noe anarkistiske forlaget med plass også for en idégiver som Jens Bjørneboe, med stor og idealistisk innsats fra sympatisører og entusiaster, og en generasjonsprofil i tiden. Studenter ved det historisk-filosofiske fakultet på Blindern hørte til målgruppen. Den nye venstresiden, akademisk og/eller aktivistisk, fikk et alternativt kunnskapssenter. Da forlaget oppsummerte de tre første årene, hadde det gitt ut 150 billigbøker, og ved femårsjubileet i 1969 kunne det regne inn 750 000 solgte bøker, originalutgivelser eller nye oversettelser. En revolusjon i det norske debattklimaet” (*Morgenbladet* 23.–29. januar 2015 s. 48).

Forlagssjef Tor Bjerkmann i Pax forlag “var besatt av tanken om at opplysning ville skape et radikalt folk. Billigboka, som seinere fikk sjangernavnet “paxbok”, skulle være middel i dette store opplysningsprosjektet. Ideologisk sluttet Bjerkmann seg til de kulturradikale strømningene som kan oppsummeres med rasjonalisme, fornuft og framskrittsoptimisme kombinert med drømmen om det frie mennesket, mot sensur og autoritære holdninger, for åndsfrihet og toleranse. [...] Pax var forlaget for den opposisjonelle samfunnsvitenskapen som slo igjennom på 1960-tallet. Vilhelm Aubert, Thomas Mathiesen, Yngvar Løchen viste at det sosialdemokratiet hadde sosiale grupper som velferdsstaten ikke fanget opp. Mange bøker handlet om fengsler og fangebehandling, psykiatri og politi. Det resulterte i kriminalpolitiske reformer under ledelse av justisminister Inger Louise Valle på 1970-tallet. [...] Utenrikspolitikk sto sentralt i Pax-bøkene, og Vietnam ga kraft og spenst til opprøret fra venstre. Omtrent samtidig ble “Nei til EU” en av Pax’ varige politiske suksesser. I EU-spørsmålet sto “periferi mot sentrum”, løftet fram som en generell teori av valgforskeren Stein Rokkan. [...] Pax var et opplysningsprosjekt, et modernitetsprosjekt og et frivillighetsprosjekt med front mot statsstøtte, statsomfavneelse og statsstyre. Men det var også et kulturradikalt prosjekt i beste Dagblad-ånd: For erotikk og seksualopplysning, for statlig kontroll med økonomien og frihet for kulturen. En av Pax’ fremste forfattere, Ottar Brox, skrev en gang at en ekte 68-er het Borchgrevink, kom fra middelklassen og havnet til slutt der. I mellomtida lærte hun en radikal retorikk. Og den leste hun seg til i paxbøkene.” (Gudleiv Forr i *Dagbladet* 5. desember 2014 s. 52-53)

“Pax ble jo samlingsmerket for en bred bevegelse som ved siden av å levere billigbøker i hundrevis publiserte tidsskrifter, studiehefter og pamfletter. En forlagssuksess som var med på å løfte hele radikalismen i Norge, gjøre den intellektuelt slagkraftig, tematisk bred og selvsikkert påståelig, og som spredte sine skrifter over hele universitets- og høyskolesystemet i landet. En billigbokrevolusjon tatt i radikalismens tjeneste, det var hva Pax innebar. [...] Jens Bjørneboe kom med sine samlede billigbokrettigheter til Pax, og det ble mange titler etter hvert, i en spredning som gjorde denne forfatter til en av søylene i Pax forlag – og til en av

bærerne av radikal prosa i Norge.” (Hans Fredrik Dahl i *Dagbladet* 27. september 2014 s. 52-53)

Pax forlag hadde i 2015 en “forlagsprofil” der “oppdragsprosjekter med ekstern finansiering utgjør en tredel av forlagets utgivelser de siste ti årene – blant dem trebindsverket om Kongsberg våpenfabrikk, historien om rikmannsfamilien Andresen og, nå nylig, storverket om den norske grunnloven i seks bind. Bildet er betegnende for Pax’ utvikling fra et politisk billigbokforlag i 60-årene, til dagens konvensjonelle drift. Fra å ha startet som et tidsskrift tilknyttet Folkereisningen mot krig (FMK) etablerer Pax seg fort som et selvstendig kraftsentrum på den liberale venstresida, uløselig knyttet til primus motor Tor Bjerkmann. Snart går forlaget i bresjen for en billigbokrevolusjon, med nesten 150 utgivelser de første tre årene, og 750.000 solgte eksemplarer etter fem år. [...] Pax-Toget – en salgsvogn koblet på de ordinære togsettene på Sørlands- og Nordlandsbanen i mai 1980. Stor pressedekning sørget for at forlaget solgte 300.000 billigbøker til en verdi av 1,3 millioner kroner i løpet av noen uker. Dette frigjorde lagerplass og ga sårt tiltrengt kapital, og da fikk det heller være at det stred mot bransjeavtaler og Narvesens enerett til salg for NSB. [...] det har eksistert mange liknende forlag i Europa som nå har forsvunnet. Men hva med det britiske New Left-initiativet Verso, som oppsto i 1970 og lever i beste velgående? Deres kombinasjon av billige moderne klassikere innen humaniora og samfunnsfag, samt kritiske analyser av aktuelle fenomener i nyhetsbildet, minner om det idealet Pax en gang hadde.” (Arne Borge i *Klassekampens* bokmagasin 7. februar 2015 s. 10-11)

“Under paraplyen Forlagshuset i Vestfold ligger det fire forlag: Jubel forlag lager årbøker og jubileumsbøker for firmaer og foreninger. Forglemmegei forlag retter seg hovedsakelig inn mot privatkunder som vil lage bøker til venner og familie. Lyst forlag ligger i grenselandet mellom tradisjonelt forleggeri og selvpublisering, mens Liv forlag er et vanlig forlag for skjønnlitteratur og sakprosa. [...] Forlagshuset i Vestfold har utgitt 300 bøker over ti år. Det har resultert i to anmeldelser i riksavisene, og null innkjøp fra bokhandlerkjedene. - De første årene hadde jeg en reell tro på at vi kom til å bli synlige hvis vi bare ble dyktige nok, sier forlegger Myriam H. Bjerkli. [...] I dag mottar de rundt 500-600 manus i året, forteller Bjerkli, fra uutgitte så vel som allerede utgitte forfattere, og må takke nei til det meste. [...] Jeg hadde en policy i begynnelsen, og vi greide vel å holde den de første par årene, at alle som sendte inn manus skulle få en konsulentuttalelse. Jeg synes jo egentlig det er noe forfattere fortjener, men det måtte jeg gi opp, det var dessverre håpløst. Da måtte jeg ha ansatt en haug med folk, og hadde ikke kunnet gjøre noe annet, og gått konkurs, sier Bjerkli, og legger til: - Det er så mange som skriver, det er så vanvittig mange som skriver der ute.” ([https://morgenbladet.no/boker/2020/02/hele-norge-skriver; lesedato 20.05.20](https://morgenbladet.no/boker/2020/02/hele-norge-skriver;lesedato%2020.05.20))

Forlegger Myriam H. Bjerkli og de andre Vestfold-forlagene “sliter med å få innpass i bokhandlerkjedene, og de sliter med å få bøkene sine omtalt i hovedstadsavisene, deriblant Morgenbladet. “Liv forlag” gir bare ett treff i våre arkiver: I en anmeldelse refereres det til en tidligere bok av den anmeldte forfatteren, som er “utgitt på Liv forlag”. Totalt har to – to – av forlagshusets titler blitt anmeldt i hovedstadsavisen, forteller Bjerkli. [...] - De første årene hadde jeg en reell tro på at hvis vi bare ble dyktigere, hvis manusene ble bedre, hvis vi ble flinkere, hvis innholdet i bøkene ble bedre, hvis omslagene ble bedre – så hadde jeg vel troen på at vi kom til å bli mer synlige. At bokhandlerkjedene kom til å oppdage oss, at hovedstadsavisene kom til å oppdage oss, i det hele tatt at ting skulle bli lettere. Så har jeg vel oppdaget et sted på veien at mekanismene ikke fungerer helt sånn. [...] Som et lite forlag har vi ikke de pengene som skal til. Vi har i løpet av ti år aldri fått en bok innkjøpt av bokhandlerkjedene. Jeg tenker at det ikke nødvendigvis bare skyldes kvaliteten på bøkene våre. Vi reiser en del rundt til lokale bokhandlere, vi har et godt forhold til dem. Mange av dem har lyst til å ta inn bøkene våre, det vet vi, men det er allerede gitt hvilke bøker de skal satse på. [...] Vi jobber mot lokalmarkedet der forfatterne bor. Jeg tror kanskje vi jobber mer enn noe annet forlag opp mot sosiale medier. Vi forsøker å selge via nettbutikken vår, vi jobber for å spre bøker til bloggere og til lokale aviser, og for å spre informasjon om dem muntlig. Vi oppfordrer forfatterne våre til å reise rundt og signere bøker.” (<https://morgenbladet.no/boker/2020/02/hele-norge-skriver>; lesedato 20.05.20)

“Det er tid for “Redaktørens hjørne” på bokkafeen til Cappelen Damm i Akersgata. Her kan hvem som helst komme og snakke med en forlagsredaktør. Et slags ukentlig lavterskeltilbud til litterære ferskinger. Noen har tatt med seg et godt og gjennomarbeidet manus. Andre brenner bare etter å fortelle om historien sin. - Begge deler kan være et utgangspunkt for en god bok. Dersom noen kommer hit med en spektakulær historie, men ikke klarer å skrive den selv, vil vi likevel sørge for at den blir utgitt, sier Frederik Lønstad, redaktør hos Cappelen Damm.” (*A-magasinet* 28. januar 2011 s. 21)

“Kagge forlag arrangerer sin første skrivekonkurranse. Temaet er hvordan unge nordmenn opplever ulike former for press. [...] På forlagets hjemmesider beskrives det blant annet som “press utenfra, press innenfra, press som kan holde deg nede, føre til bevegelse eller bringe deg videre”. Formen er valgfri: man kan skrive en novelle, et essay, en historie eller et dikt. [...] - Er konkurranser en viktig måte å finne talenter på? - Det har ikke vært viktig for oss før nå. Men forlagsbransjen har lang tradisjon for å arrangere konkurranser. Nå ønsker vi å høre fra en generasjon som ennå ikke har nådd ut litterært, sier Kagge. I tillegg til en pengepremie på 10 000 kroner, får vinneren teksten publisert av forlaget. [...] Forfatterne Ruben Eliassen og Harald Rosenløw Eeg sitter i juryen. De lover at alle innsendte bidrag blir lest.” (*Dagbladet* 21. desember 2007 s. 54)

“Misjons- og utviklingsorganisasjonen Digni deler ut stipender til skjønnlitterære forfattere for researchreiser til utviklingsland. Støtten organiseres gjennom Aschehoug. Drøyt ti av forlagets forfattere har så langt takket ja til stipendene. Pengene kommer fra Norads pott til opplysningsarbeid om nord-sør-spørsmål. Det samlede budsjettet er på om lag 800 000 kroner. [...] To nye romaner på Aschehoug forlag – Geir Gulliksenes *Bøyde knær* og Thomas Hylland Eriksens *Veien til Barranquilla* – er blitt til med støtte fra bistandsorganisasjonen Digni. I researchprosessen har Gulliksen besøkt Masai-folket i Kenya, mens Hylland Eriksen har vært i Bogotá i Colombia. Digni har betalt forfatterens reise og diett, og i tillegg gitt dem tilgang til sitt nettverk av lokale tolker, hjelpere og privatpersoner. Bøkene er en del av et større samarbeid med Aschehoug, som forteller at et titall av forlagets skjønnlitterære forfattere er eller skal dra på lignende researchreiser med organisasjonens støtte. Digni er en paraplyorganisasjon for 19 norske misjonsorganisasjoner og kirkesamfunn, med et trosbasert verdigrunnlag. Pengestøtten til forfatterne kommer fra en pott Digni forvalter på vegne av det statlige bistandsorganet Norad. Midlene er øremerket til opplysningsarbeid om nord-sør-spørsmål i Norge.” (*Morgenbladet* 17.–23. august 2012 s. 36)

På engelsk kalles noen forlag for “vanity presses” fordi de “charge money to publish the unpublishable” (Pugh 2005 s. 239). Bøker som forlaget ellers ikke ville ha trykket, blir altså utgitt med finansiering av forfatteren. “What Is the Vanity Press? Just what the name implies – though vanity publishers don’t call themselves that. They use the term “subsidy publishers,” which is misleading because there are many non-vanity arrangements by which authors partially or completely subsidize the publication of their work. For example, that is how many scholarly works, with a limited audience of specialists, have been and continue to be published. University presses are often “subsidy publishers.” Since their primary function is not to make a profit, many of their books are subsidized – sometimes by the university itself, sometimes by organizations, sometimes by authors. Indeed, the commercial publishers of high repute are open to subsidy contracts – for instance, to publish the findings of a study funded by a foundation, when the foundation may also pay part or all of printing costs. What people call the vanity press is a high-cost printing business which parasitically imitates the conventional publishers. [...] Whether fairly or not, a reviewer will almost certainly ignore a book with the name of a well-known vanity house on the spine, but he just might take notice of a self-published book or one from a small press that is not a vanity house. Bookstores never stock vanity press publications (except, perhaps, in the immediate community where the author may be well known).” (<http://www.poemtree.com/Jerome/Publishing-Chapter09.htm>; lesedato 08.05.13)

“I udlandet er det normalt, at kendte – politikere, erhvervsfolk etc. – bestiller og betaler for en biografi.” (<https://www.information.dk/moti/2015/02/laeserne-spoerger-birgitte-possing>; lesedato 09.01.20)

Forfengelighetsforlag har også blitt kalt “psevdo-forlag” (Schütz 2010 s. 110). En forfatter som vil ha utgitt noe på et slikt forlag, må betale for hele utgivelsesprosessen, fra redaktørarbeid til reklame. Disse forlagene anbefaler bestemte litterære agenter, som i sin tur kun anbefaler bestemte psevdo-forlag for sine klienter (Schütz 2010 s. 111).

“[T]he American Biographical Institute (ABI) in Raleigh, North Carolina [...] has been operating since 1976. The ABI offers the chance to be listed in their directories for a price. Once “invited” to join, you write your own biography and submit a picture. You can even propose that your own name be added by filling out a simple form on their Web site. The ABI publishes some grandiose-sounding titles such as *500 Great Leaders* and *Great Minds of the 21st Century*. The last contains the biographies of 2500 individuals. ABI’s books are said to be overseen by a Board of Advisors comprising 18,000 members! People have been known to pay to be listed there and then buy the book, only to donate it to their academic libraries in the spirit of self-promotion.” (<http://www.ajnr.org/content/32/3/423.full>; lesedato 08.05.13)

“Den danske avisen Politiken skrev denne uken om det snodige forlaget Mellemsgaard, som “sprøyter ut bøker som ingen gidder å kjøpe”. Forlaget er blitt den nest største utgiveren av skjønnlitteratur i Danmark, men forfatterne har ofte betalt tusenvis av kroner for å bli utgitt. Mellemsgaard profilerer seg ikke som et selvpubliseringsforlag, som norske Kolofon, og gir uttrykk for å ha en profesjonell redaksjon. I artikkelen kritiseres de for slapp redigering av bøkene de gir ut. Politikens skribent Carsten Andersen mener drømmen om å bli forfatter aldri har vært mer utbredt enn i dag: “Stadig flere ønsker å se navnet sitt på tittelbladet i en bok, og det er på ingen måte en drøm som er forbeholdt unge forfatterspirer. Alle aldersgrupper virker å ha forhåpningene, og de er parat til å legge egne penger på bordet hvis det er det som skal til.” (*Morgenbladet* 25.–31. januar 2019 s. 42)

“Forlagsredaktøren Bao Pu flyttet fra Beijing til Hongkong for syv år siden, og her driver han forlaget *New Century Press*. “Forlagsbransjen sliter over hele verden”, sier han. “Men her i Hongkong er det ett nisjemarked som står i full blomst: bøker som er bannlyste i Kina.” [...] Pu forteller at forlagets rykte når langt inn i Kina. “Vi får tilsendt manuskripter fra Kina hver dag, og vi har også fått besøk fra gårdsarbeidere som kommer til Hongkong med tog, hele veien fra den kinesiske landsbygda for å levere manuskriptene sine”, sier Pu. [...] Hvor hard straffen kan bli for å smugle litteratur inn i Kina er uvisst. “Hvis de ser gjennom bagasjen din og finner én bannlyst

bok, så blir den nok bare konfiskert”, sier forlagsdirektør Bao Pu.” (Isak Ladegaard i *Aftenposten Innsikt* desember 2011 s. 58)

“I 2003 ble det utgitt over 190 000 forskjellige boktitler i Kina, et nesten uforståelig stort antall. Forklaringa ligger selvfølgelig i landets enorme størrelse. Kina er ikke bare et land, det et helt kontinent for seg sjøl, med over 1,3 milliarder innbyggere og flere minoritetsspråk i tillegg til mandarin-kinesisk som over 70 prosent snakker og 90 prosent leser. Enkelte forfattere er også svært produktive. Ungdomsbokforfatteren Yang Peng for eksempel, han utgir opptil 70 titler per år, med varierende kvalitet selvsagt. Mens andre, like etablerte navn, kommer med ny bok kanskje bare hvert annet år. Det er for øvrig 3000 registrerte barnebokforfattere i Kina i dag mot kun 20 før 1976. Og som ellers i den kapitalistiske verden, fører de mest populære barneøkene og seriene til en mengde spinoff-produkter, tegneserier og filmer. Men selv om antallet nye bøker er så enormt, er utvalget begrensa. Det meste av barne- og ungdomslitteraturen er for eksempel enten bare rein underholdning eller oppdragende og belærende fortellinger av forskjellig slag” (http://skrift.no/forfatteren/0504_Hele_nummeret.pdf; lesedato 20.05.17).

Noen bøker utgis samtidig i både innbundet og paperback-utgave, med forskjellig pris for kunden. Forlagene ønsker av økonomiske grunner at flest kjøper den innbundne, dyreste versjonen. London-forlaget Methuens litteraturvitenskapelige bokserie “The Critical Idiom” ble utgitt både som paperback og hardcover. I noen av paperback-versjonene (f.eks. i John D. Jumps *Burlesque*, 1972) var det på kolofonsiden oppgitt at det var forbudt å kjøpe paperbackversjonen og la den innbinde (slik bibliotek ofte har gjort med paperbackbøker). Artikkelsamlinger blir ofte utgitt med en felles litteraturliste for alle artiklene, en samlet litteraturliste plassert bakerst i boka. En grunn til at forlag velger denne løsningen, er at det dermed blir vanskeligere å kopiere én artikkel fra boka og bruke den på pensum f.eks. på et universitet. Uten litteraturlista er ikke den enkelte artikkelteksten fullstendig, og den samlede litteraturlista i hele artikkelsamlingen kan være svært lang å kopiere. Dermed øker sjansen for at lærere bruker hele boka framfor å kopiere en del av den.

Forlag må ta stilling til en stor mengde innsendte manus, og ta avgjørelser om forlaget skal sette i gang prosessen fram til publisering. En forfatter kan ikke være sikker på noe, heller ikke at bok nr. 2 blir publisert etter at bok nr. 1 er utgitt. Den tyske 1800-tallsforfatteren Karl Immermann ga ut sine verk på nesten 30 forskjellige forlag (Neuhaus og Holzner 2007 s. 212).

Noen ganger tas det forlagsbeslutninger som i ettertid vurderes som store tabber. Manuset til den franske forfatteren Marcel Prousts roman *Veien til Swann* ble i 1913 sendt til flere forlag og avvist, før det ble akseptert av forlaget Grasset mot at Proust

selv betalte utgiftene for utgivelsen (Couty 2000 s. 1132). Peter Nansen i Gyldendals forlag i København skrev til Sigrid Undset etter at hun hadde sendt forlaget manuset til sin første roman: “Forsøk Dem ikke mere på historiske romaner. Det kan De ikke. Men de kan jo prøve å skrive noe moderne. Man vet sgu aldri.” Den norske forleggeren Harald Grieg hadde refusert Trygve Gulbrandsens bestselgerroman *Og bakom synger skogene* “i 1933 og tapt utrolig mye penger på det” (Espen Sjøbye i *Dagbladet* 22. juli 2009 s. 48).

Den tyske forfatteren Thomas Mann fikk beskjed fra forleggeren i forlaget Samuel Fischer om å korte ned romanen *Buddenbrooks* (1901) til halvparten (her gjengitt fra *Fakta* nr. 11 i 1988 s. 26 og 30). Boka kom likevel til slutt ut i full lengde på til sammen 1099 sider i to bind, men fikk dårlige kritikker og solgte bare ett tusen eksemplarer det første året. (En av grunnene til det lave salget var at prester i Lübeck angrep romanen fra prekestolen.)

Den amerikansk-britiske dikteren og forlagsmannen T. S. Eliot “er beryktet som redaktøren som refuserte George Orwell. Orwell leverte i 1944 sin fabel “Animal Farm”, eller “Kamerat Napoleon” til T.S. Eliot, men Eliot ville ikke trykke den. Dette er ikke noe som trengs å trykkes nå, mente Eliot – midt i en krig ville han neppe irritere Josef Stalin. Men i et merkelig refusjonsbrev gikk han videre: Han syntes ikke Orwells trotskisme var overbevisende: “Dine griser er jo langt mer intelligente enn de andre dyrene, og er derfor de beste egnede til å drive gården. Faktum er at gården kunne ikke vært drevet uten dem”, skrev Eliot strengt. Det som trengtes, mente Eliot, var slett ikke mer kommunisme, det var griser som hadde mer interesse av å ivareta det offentlige vel.” (*Dagbladet* 25. august 2009 s. 56-57)

Knut Hamsuns selvbiografiske bok *Paa gjengrodde stier* (1949) “var kontroversiell allerede før den utkom. I 1949 sa en rekke norske forlag nei til å utgi “På gjengrodde stier”. Men da et sveitsisk forlag antok boka, endte det med at Gyldendal utga den først, 28. september 1949.” (*Dagbladet* 9. juli 2008 s. 47)

“En konsulent i Knopf refuserte i 1950 en nederlandsk bok som han fant “svært kjedelig, en treg nedtegnelse av typisk familiekrangling, småligheter og ungdomsfølelser.” “Selv da temaet var i tiden, ville ikke denne boken hatt en sjanse.” Isteden kjøpte Doubleday *Anne Franks dagbok*. [...] Alfred A. Knopfs nylig åpnete arkiver har en refusjonsliste av gull, som forlaget dessverre så på som gråstein: Jorge Luis Borges, Isaac Singer, Jack Kerouac, Anaïs Nin og James Baldwin.” (*Morgenbladet* 14.–20. september 2007 s. 34)

Forleggeren Per Glad i Cappelen Damm fortalte i 2009: “Vi får inn mellom 800 og 1000 manus i året. Jeg leser alltid de første 20 sidene, selv om det er noen jeg har lyst

til å refusere bare på bakgrunn av følgebrevet. Omtrent halvparten av manusene forkastes etter de 20 sidene. Det hjelper ikke hvor god historien er hvis man ikke har et språk å fortelle den med. Hvis jeg ikke refuserer et manus etter 20 sider, leser jeg hele. [...] Av de mellom 800 og 1000 manusene blir det fra tre til åtte debutanter i året. En forlagsredaktør må være litt lege – det gjelder å gi manuset en rask og sikker diagnose, litt jordmor og glede seg over at noe nytt blir til, litt psykolog for å hjelpe forfatterne gjennom deres mange opp- og nedturer, litt entreprenør – et bokprosjekt skal gjennomføres innenfor visse økonomiske rammer og tidsrammer. Og man må være litt kammertjener. Forfattere er ofte innadvendte mennesker som jobber mye alene. Så kastes de ut i noe de ikke vet hvordan de skal håndtere. Da kan de trenge hjelp til å komme seg hjem før de blir for fulle. Og det har hendt at jeg har måttet gripe inn for å forhindre at de har rotet seg opp i slåsskamp.” (*A-magasinet* 2. oktober 2009 s. 50)

Noen er redde for å sende fra seg et manuskript til et forlag, fordi de frykter at deres ideer kan bli stjålet, og leverer derfor manuset også til f.eks. en advokat (Robin 2003 s. 82).

“- Det er mange skrivende der ute. Jeg har inntrykk av at det blir flere og flere, sier Mia Bull-Gundersen, senior-redaktør for norsk skjønnlitteratur hos Aschehoug. Årlig mottar forlaget rundt 1200 skjønnlitterære manus, men bare 45 bøker utgis, inkludert dem som kommer fra etablerte forfattere. Det innebærer at det bare er mellom seks og åtte skjønnlitterære debutanter hos Aschehoug hvert år. - Hva er dere på utkikk etter? - Vi jakter på den neste Herbjørg Wassmo eller Anne Karin Elstad. Det tror jeg alle forlag gjør. Vi vil finne forfatteren som skriver den brede, gode, episke romanen – som holder høy kvalitet og selger godt! Slike forfattere finnes det for få av, sier Bull-Gundersen og ler.” (*A-magasinet* 28. januar 2011 s. 23-24)

Den norske forfatteren Levi Henriksen hadde blitt refusert ca. 70 ganger av ulike forlag før han debuterte som 38-åring (*Dagbladet* 2. juni 2009 s. 49). “Det er ingen bransje som er så moteopportunistisk som forlagsbransjen. Verst er Aschehoug. Det forlaget er fylt av akademisk hovmod, sier forfatteren Tor Halstvedt. Han fikk manus i retur 250 ganger. [...] Arbeiderforfatteren Tor Halstvedt har blitt refusert 250 ganger. Det har satt spor. I sommer ga han ut boken *Refusert* (Genesis forlag) om sine opplevelser av norsk forlagsverden. I alt har Halstvedt gitt ut 11 skjønnlitterære bøker. De fleste på anerkjente forlag, Gyldendal, Cappelen og Tiden. Alle bøkene har fått til dels glitrende kritikker. Gjennom de siste fem årene har de store forlagene likevel begynt å sky Halstvedt. Hvorfor var Halstvedt inne, for så å bli så totalt ut, at han nå må gi ut sine bøker på et så lite forlag som Genesis? Klassekampen spør. Halstvedt svarer. Jeg har alltid vært arbeider, og jeg har alltid skrevet arbeiderromaner. På 1970- og 80-tallet var det akseptert å skrive slike romaner. Det er det ikke lenger. Arbeiderklassen er “out”, middelklassens postmoderne lek med ingenting er “in”. [...]

Forlagene er dominert av akademiske broilere uten reell livserfaring. Disse broilerne er i liten grad i stand til å gjenkjenne ekte stemmer. I stedet ser de etter forfattere som representerer trender, sier Halstvedt” (*Klassekampen* 17. september 2002).

“Med 87 refuserte manus skulle man kanskje tro at det var nær umulig for [Levi] Henriksen å beholde troen. Standhaftig har han sendt inn tekster til ulike forlag siden han var 19. De aller fleste har kommet i retur. [...] Han hadde fylt 38 da den første boka hans ble antatt. Selv med avslag etter avslag var det aldri aktuelt å legge forfatterdrømmen på hylla. [...] Andre ville sannsynligvis gitt opp for lengst. Levi Henriksen, derimot, følte det var en liten framgang hver eneste gang det ramlet et nytt avslag i postkassa. Det var aldri total filleristing og slakt. “Mange fine tilløp” kunne det ofte stå, “men kanskje du heller burde ha skrevet en roman?”. Sendte han inn et romanmanus, ble han spurt om han ikke heller ville skrive en novellesamling.” (*Dagbladets Magasinet* 11. juli 2015 s. 28)

“Det virker som forlagene vegrer seg for å bruke sjangerbenevnelsen “novelle” hvis teksten ikke minner om noe Askildsen har skrevet. Selv bestemte jeg meg, etter flere refusjoner, for å bruke sjangerbetegnelsen “fortellinger”. Først da fikk jeg boken min antatt, forteller Henriksen.” (*Morgenbladet* 22.–28. august 2003 s. 14)

“Tor Gunnar Halstvedt, 65. Barkåker. Forfatteren som er refusert 400 ganger. “Jeg ville heller kappet av meg en arm eller et ben enn å slutte å skrive. For meg er det en livsnødvendighet. På tross av elendig selvtillit har jeg en følelse av at jeg har et genuint talent, at jeg har noe på hjertet som ingen andre har. Derfor har jeg aldri gitt opp. Flere ganger har folk sagt at de er blitt rørt av det jeg skriver. Det er noe av det største en forfatter kan oppleve. Men det er ikke noe gøy å bli refusert. Det oppleves som om selve livet ditt blir avvist. Det ligger også en skam i det. Jeg var redd for at folk skulle se på meg som et ynkelig krek som ikke fikk til noen ting. Dersom skrivegløden er der, så er det bare å brette opp ermene og jobbe videre. Det er stort sett bare én måte å få til ting på, og det er å jobbe. Nå har jeg gitt ut 14 bøker. Neste år gir jeg ut min første kjærlighetsroman.” ” (*A-magasinet* 11. oktober 2013 s. 75)

Forfatteren Marlon James fra Jamaica “er ikke den som tar nei for et svar. For ti år siden, da han forsøkte å få sin første roman utgitt, mottok han ikke mindre enn 78 refusjonsbrev – før et lite forlag i Brooklyn antok boken. [...] - Det siste avslaget jeg fikk, husker jeg spesielt godt, det kom på et kort. Tenkt at det finnes ferdig trykte “ikke noe for oss”-kort!” (*Morgenbladet* 13.–19. november 2015 s. 50)

“Debutromanen til spanske Ildefonso Falcones (48) ble refusert av sju forlag. Nå har boka [*Havets katedral*] solgt i to millioner eksemplarer bare i hjemlandet og den er solgt til 36 land.” (*Dagbladet* 3. april 2008 s. 43)

Forfatteren Morten Øen har blitt refusert 35 ganger, og sa i et intervju: “I en konsulentuttalelse jeg fikk tilsendt, fikk jeg vite at jeg var sinnssyk. Jeg var langt nede, følte at det jeg hadde levert var bra etter at jeg hadde arbeidet sammen med lyrikeren Paal-Helge Haugen. Jeg sendte diktene til Poul Borum i det danske tidsskriftet “Hvedekorn” – og dermed begynte det å rulle og gå. Han trykket noen og anbefalte Oktober Forlag å utgi dem. To måneder etter at jeg ble erklært sinnssyk, var manuset mitt antatt.” (*Aftenposten* 5. april 1994)

“Amerikansk litteratur blir aggressivt solgt inn via agentsystemet og bokmessene, og forlagene er på tå hev for å få den neste bestselgeren. Det hersker en flokkmentalitet, med budrunder der bøkene hausses opp. Retorikken i disse kampanjene kan nok smitte over på kritikere, som kan la seg blende av de panegyriske blurbene. [...] Hvis man sammenligner importen av amerikansk litteratur med annen litterær import, får middelmådige amerikanske romaner uforholdsmessig mye oppmerksomhet målt opp mot strålende romaner fra for eksempel Frankrike og Italia. Forlagene sier gjerne at de må kjøpe mye for å finne gull. Deres drøm er å finne den boken som både har litterær kvalitet og samtidig passer til et massemarked, for da tjener de seriøse penger. Penger som blant annet skal dekke utgiftene til for dyre amerikanske flopper.” (Jon Rognlien i *Morgenbladet* 10.–16. august 2012 s. 36)

Den sveitsiske forfatteren Joël Dicker ble kjent for sin roman *Sannheten om Harry Quebert-saken* (på norsk 2014), som “kom i september 2012, og bestselgeren har solgt 1,5 millioner eksemplarer og er utkommet i blant annet Italia, Spania, Portugal og i Latin-Amerika. I mai kommer boka i USA og i Brasil. Men suksessen var ikke varslet. - Jeg har skrevet seks bøker, men bare de to siste er blitt utgitt. Jeg har blitt avvist 15 ganger. Min franske forlegger hadde tro på at den siste boka skulle bli en suksess, han hadde mer tro enn meg. [...] Etter seks uker, tok det av. Han sopte inn både Grand Prix du roman de l’Académie Française og Prix Goncourt des lycéens.” (*Dagbladet* 29. januar 2014 s. 40)

Da Astrid Lindgren sendte det første manuset med Pippi Langstrømpe til forlaget Bonnier, fikk hun avslag, “senere kalt tidenes forlagsblunder” (*Morgenbladet* 6.–12. februar 2009 s. 30). “*Pippi Langstrømpe* ville antakelig blitt refusert med samme selvfølgelighet i Norge som den ble av svenske Bonnier. Dagbladet sendte i august 1999 en kjent novelle av Knut Hamsun til 13 norske forlag, med modernisert språkdrakt og fingert forfatternavn. Novellen ble refusert ved samtlige forlag med den begrunnelse at den mangler litterær kvalitet.” (*Morgenbladet* 29. august–4. september 2008 s. 34)

“I et leserbrev i The Independent gir forleggeren Andrew Franklin fra Profile Books en forklaring på hvorfor Jane Austen nylig ble refusert da noen sendte inn utdrag fra hennes bøker til diverse forlag. Ifølge Franklin er det et spørsmål om tid. Manus som ikke er sendt inn av agenter blir ofte returnert ulest.” (*Morgenbladet* 27. juli–2. august 2007 s. 26)

Den franske forfatteren Louis-Ferdinand Céline skrev etter at Hitler hadde tatt makten i Tyskland en rekke både tyskvennlige og antisemittiske pamfletter. Célines forlegger ble skutt på åpen gate etter frigjøringen av Frankrike. Den 11. oktober 1993 ble den norske forleggeren William Nygaard skutt, men overlevde. Nygaard hadde gitt ut Salman Rushdies *Sataniske vers* på norsk, og ble regnet som en sterk støttespiller for Rushdie.

Jon Michelets bok *Mappa mi: En beretning om ulovlig politisk overvåkning* (2011) inneholder blant annet en gjennomgang av “alle dokumentene fra overvåkingen av ham på 70- og 80-tallet. [...] Helt lovlig virksomhet – som å bestille ei bok fra Oktober forlag – var tilstrekkelig grunnlag for å få opprettet en sak hos de hemmelige tjenestene.” (*Dagbladet* 28. januar 2011 s. 60)

Forfatteren Bror Hagemann har kritisert hvordan “bestselgerlitteratur” skapes av forlag: “Hvilke bøker som skal selge er bestemt lenge før utgivelse, ofte før manus er ferdigskrevet, og kundene, også det økende antallet som går inn i de virtuelle butikkene, skal i størst mulig grad styres mot titler man har blitt enige om. Nytt og ennå i en startfase er drømmen om å kunne initiere bokprosjekter fra bunnen, utarbeide plotideer og sjangertro oppskrifter forfatterne kan forelegges og ferdigstille i nært samarbeid med redaktørene.” (<http://www.dagbladet.no>; lesedato 07.06.11)

“Hvis du snubler over en bok som er utidig raus i sin klisjébruk, som har et forutsigbart A4-plott og som driver rovdrift på cliffhangere, utropstegn og tre år gamle jenter som dør av lungebetennelse, skal du vite at det ikke nødvendigvis er forfatterens skyld. Det kan like gjerne være forleggeren som er den store stygge forummeren. Margaret Drabble er av den oppfatning. Hun tilhører elitesjiktet i britisk litteratur. Nokså bokstavlig talt, siden hun kan smykke seg med et par adelstitler. Drabble, som debuterte i 1963, ble født i 1939. Alderen er muligens årsaken til at hun nå våger å tale børskatedralen midt imot. På et litterært stevnemøte ved Cambridge-universitetet fortalte Drabble at hun følte seg presset av forlaget Penguin til å merkevarerombygge sitt forfatterskap.” (*Dagbladet* 20. oktober 2008 s. 34) Forlag prøver å bygge opp sine forfattere til å bli merkevarer (Neuhaus og Ruf 2011 s. 153).

“Innen 2025 skal forlagshuset Penguin Random House være like mangfoldig som det britiske samfunnet. Det har det største forlaget i Storbritannia meddelt offentligheten.

For å sikre at ikke klassetilhørighet avgjør hvem som kommer inn i bransjen, er det ikke lenger et krav å ha universitetsutdannelse for å søke på en stilling. Av forfatterne som rekrutteres, skal det tas hensyn til etnisitet, kjønn, seksualitet, sosial klasse og funksjonsevne – variasjonen skal være like stor som blant Storbritannias befolkning, ifølge forlaget selv. I en kommentar i *The Spectator* med tittelen “Store forfattere blir funnet med et åpent sinn”, gikk den amerikanske forfatteren Lionel Shriver 9. juni hardt ut mot Penguins mål. Shriver, som blant annet er kjent for romanen *Vi må snakke om Kevin*, konkluderte med at “hvis en agent sender inn et manuskript skrevet av en homofil, transkjønnet person fra Karibia som forlot skolen i en alder av syv og kjører byen rundt i en rullestol, vil det bli publisert, uavhengig om manuskriptet er en usammenhengende, kjedelig og uforståelig haug av resirkulert papir”. Penguins nye initiativ ville i Shrovers øyne gå på bekostning av den litterære kvaliteten. [...] Hanif Kureishi, forfatter av blant annet *Bydels-Buddah*, skrev i et innlegg i *The Guardian* at skepsisen Shriver og støttespillerne hennes gir uttrykk for ikke er noe annet enn frykt fra en industri dominert av “hvite Oxbridge-menn”. “Verden har alltid vært deres, og nå tror de at de eier den”, skriver Kureishi. Forfatteren Lola Jaye er involvert i Penguins WriteNow-program, et program som skal finne og publisere nye forfattere fra marginaliserte samfunnsgrupper. Som Kureishi påpeker Jaye at forlagsindustrien historisk har vært forbeholdt menn med privilegerte bakgrunner. Konsekvensen ser man fremdeles å bokhyllene i dag, mener hun. [...] Det er en misforståelse at et større forfattermangfold vil føre til at mennesker uten talent vil bli publisert. Vi trenger flere stemmer, og de som fremmer denne bekymringen insinuerer at minoriteter ikke er dyktige nok forfattere, sier hun. [...] 90 prosent av ansatte i den britiske forlagsbransjen er hvite” (Elise Dybvig i *Morgenbladet* 22.–28. juni 2018 s. 48).

“Ti år etter Mangfoldsåret 2008 er norske forlag like homogene som det de var på 50-tallet, meldte *Morgenbladet* tidligere i år. 6 av 601 ansatte har ikke-vestlige navn. [...] og norsk litteraturverden er som kjent en liten boble hvor (nesten) alle kjenner alle” (*Morgenbladet* 30. november–6. desember 2018 s. 22).

“98 forlag gikk konkurs i Storbritannia i fjor, noe som er en økning på 42 prosent fra året før, melder *The Guardian*. Større rabatter fra Amazon, det voksende e-bokmarkedet, piratkopiering og økt omsetning av brukte bøker skal være de viktigste grunnene til at så mange forlag går dukken. Akademiske forlag og nisjeforlag er særlig hardt rammet på grunn av brukmarkedet for bøker som har oppstått på internett. Tidligere måtte man gjerne kjøpe nye bøker direkte fra forlaget, mens billig Foucault og Barthes nå bare et par tastetrykk unna.” (*Klassekampens* bokmagasin 9. november 2013 s. 2)

“Efter grundandet av Piratförlaget 1999, där avtalsmodellen gick ut på att författaren fick hälften av vinsten, har det varit lättare för författare och agenter att förhandla sig

till bättre villkor än tidigare.” (Dag Hedman i <https://uu.diva-portal.org/smash/get/diva2:913216/FULLTEXT01.pdf>; lesedato 16.08.18)

“[P]rojects which show an “underground” tendency certainly do exist. The Hochroth-Verlag is a publisher which sees itself as one such alternative model: it produces its books itself, with flexible numbers of copies, and sells them via direct marketing. By setting up offices in various locations since 2008 – including Berlin, Budapest, Paris, Riga and Vienna – a Europe-wide network for independently published literature has been created. In addition, there are small publishers like the “parasitenpresse” in Cologne which refuse to assign an International Standard Book Number (ISBN) to their publications. In rejecting this globally applicable identification number, they renounce the conventional book market, though they are certainly noticed and respected on the literary scene.” (Paul Jeute i <https://www.goethe.de/en/kul/lit/20746672.html>; lesedato 22.08.18)

“DDR-forfatteren Sascha Anderson blev ansigtet på en oprørske litterære generation i arbejderrepublikkens sidste dage. Da hans Stasi-forræderi kom frem i offentligheden, blev han en sort plet på deres eftermæle. [...] Efter murens fald startede Anderson – sammen med en gruppe medforfattere – forlaget Galrev, der ifølge [litteraturprofessor Birgit] Dahlke var eksperimenterende og havde et virkelig interessant poetisk koncept. Jeg tænker, det må have været prestigefyldt at blive udvalgt og publiceret af Galrev til at begynde med, men med offentliggørelsen af Sascha Andersons dobbeltliv ændrede det sig brat. Kritikerne ville ifølge Dahlke ikke længere omtale bøger, der blev udgivet af Galrev: “De forfattere, der havde offentliggjort alle deres første værker her, de er ofre for navnet Anderson. Og Andreas Koziol, for eksempel, der skrev utroligt interessant, han blev fuldstændigt ignoreret, fordi han valgte at blive på ‘spionen Andersons’ forlag. Det samme gjaldt også mange andre forfattere, der blev. Og det er en ødelæggende virkning.” ” (Maja L. Pedersen i <http://atlasmag.dk/kultur/janus-ansigtet-alle-taler-om-uden-ville-det>; lesedato 07.08.18)

“Suhrkamp er et av Tysklands mest innflytelsesrike forlag. Det ble etablert i 1950 av Peter Suhrkamp, som hadde ledet forlaget S. Fischer siden 1936. Siegfried Unseld ble deleier av forlaget i 1957, tok over etter Suhrkamps død i 1959 og styrte det fram til han døde i 2002. Under Unseld etablerte Suhrkamp seg som et ledende forlag tysk og oversatt samtidslitteratur og humaniora. Tiden etter Unselds død har vært preget av indre stridigheter i forlaget, som i dag er ledet av Unselds enke, Ulla Unseld-Berkéwicz. Suhrkamp Verlag har 140 ansatte og en omsetning på omtrent 30 millioner €. I 2010 flyttet de hovedkvarter fra Frankfurt til Berlin. [...] I forlagsbransjen er Siegfried Unseld en legendarisk skikkelse. I perioden fra 1959 til sin død i 2002 bygget han opp Suhrkamp til et forlag med verdensrenommé. Men tiden etter hans død har vært turbulent. Enken, den 24 år yngre Ulla Unseld-Berkéwicz, tok over ledelsen

av forlaget og hennes ledelsesstil har vært svært omstridt. Enkelte forfattere, som Martin Walser og Daniel Kehlmann har forlatt forlaget, og det ble også lagt merke til da Jürgen Habermas og Enzensberger i 2003 høylytt trakk seg fra et nystiftet styre som de ikke mente hadde noen reell innflytelse. Suhrkamp-forfatterens syn på Ulla Unseld-Berkéwicz synes imidlertid å ha endret seg drastisk da Andreas Reinhart, arvingen etter de sveitsiske mesener, i 2006 mistet tålmodigheten og solgte sin eierandel. - De nye tyske medeierne ville ha 20% i avkastning, fnyser Enzensberger: - Alle som kjenner bransjen, vet at det er umulig. Det går ikke! Ikke engang Random House eller de helt store, som Penguin, klarer det. Ingen tjener 20%!” (*Klassekampen* 27. februar 2016 s. 4)

“Forlaget Panta bruker en rekke terningkast 6 i markedsføringen av en ny bokutgivelse. Det er bare et problem: Boken har ikke fått noen terningkast 6. [...] Forlaget viser til The Guardian, The New York Times og The Washington Post, men ingen av dem setter terningkast på anmeldelsene sine. De setter heller ikke poeng av noe slag. Og anmeldelsen i The Guardian er heller lunken. Ifølge forlaget Panta, som inntil nylig het Pantagruel, har boken “Skjebne og raseri” av Lauren Groff fått hele åtte terningkast 6. [...] - Amazon har i likhet med mange store aviser kåret “Skjebne og raseri” til årets beste bok. Boken hadde full score i form av fem stjerner da vi satte i gang med prosjektet. Vi oversatte dette til nordmenns referanser, nemlig terningkast 6, sier kommunikasjonssjef Kristoffer Gaarder Dannevig til VG. Men da VG sjekker Amazon, så har 1400 lesere (altså ikke en kritiker) vurdert “Fates and Furies” med stjerner – men gjennomsnittet på 3,5 stjerner er langt fra noe terningkast 6. - Ratingen på Amazon kan endre seg hele tiden, sier Gaarder Dannevig. Forlaget mener også at de kan oversette anmeldelsene til medier som The New York Times og The Washington Post som ikke har noe poeng- eller symbolsystem til terningkast seks fordi dette er gode anmeldelser som betyr terningkast 6. [...] - Vi ønsker å møte leserne med det systemet som er veletablert i Norge. Jeg vil ikke si at forlaget setter egne terningkast, siden dette er basert på fantastiske anmeldelser. Etter at VG tok kontakt har forlaget endret bokomslaget, og tatt bort terningkastene – bortsett fra Kirkus Reviews (som i realiteten heller ikke opererer med terningkast). - Vi jobber med omslag helt til boken går i trykken, og dette var ikke gått gjennom siste kvalitetskontroll, sier Gaarder Dannevig.” (<https://www.vg.no/rampelys/bok/i/kkXqk/forlagene-panta-og-bastion-bruker-falske-terningkast>; lesedato 02.09.19)

Finansmannen Petter Stordalen “utvider forlagsvirksomheten ytterligere – og etablerer seg nå i Danmark med Strawberry Publishing. [...] I februar gikk Petter Stordalen inn i det svenske bokmarkedet. Nå retter han blikket mot Danmark og etablerer seg der. [...] Forlagsgruppen Strawberry Publishing utgjør i dag disse forlagene: Pilar, Armada, Capitana, Canoa, Bastion, Pioner. Samt et samarbeid med HarperCollins i Norge, Strawberry Forlag og Bazar. På listen over gruppens mest profilerte forfattere finner vi Jørn Lier Horst, Lucinda Riley, Jojo Moyes, Sally Rooney og Katrine

Engberg. [...] Strawberry Publishing ser ut til å ende opp på en samlet nordisk omsetning i 2019 på 120 millioner kroner” (<https://e24.no/naeringsliv/i/zGXnoK/stordalen-forlagene-satser-paa-danmark>; lesedato 06.01.20).

Små forlag

Også kalt “undergrunnsforlag”, “kjøkkenbenkforlag”, “miniforlag” og “mikroforlag”. Noen av dem er spesialiserte, f.eks. ved å utgi en bestemt sjanger.

“66 av Den norske Forleggerforeningens 77 medlemsforlag regnes som småforlag i (2013). [...] Blant medlemmene i Den norske Forleggerforening, er 60 av de 77 forlagene definert som “småforlag”, basert på omsetningstall. Seks andre medlemsforlag har ukjent omsetning fordi de er nyoppstartede, men anslås av foreningen å ha en omsetning som tilsvarer at de også går inn i den samme kategorien. Flere av disse er spesialiserte forlag eller rene kunstforlag. I tillegg finnes det en stor variasjon av uregistrerte og uorganiserte kunstnermiljøer og kollektiver som utgjør et vidt spenn i innhold og formspråk som ikke får plass i de tradisjonelle, etablerte kanalene.” (*Klassekampen* 28. juni 2014 s. 54)

Det norske forlaget Labyrinth Press ble drevet alene av Øyvind Pedersen. De to kvinneforlagene Emilia Press og Messel var også miniforlag på 1990-tallet. Slike forlag har ofte en spesiell utgiverprofil (f.eks. kun kunstbøker, kun lærebøker i kunst og håndverk, kun bøker skrevet av kvinner e.l.). Et annet norsk miniforlag i 2010 var Gasspedal (i Bergen). Noen små forlag vokser seg etter hvert store.

Enmannsforlaget Minuskel ble etablert 2006 og “utgir oversatt skjønnlitteratur – romaner og tegneserieromaner av ypperste kvalitet. Forlegger og redaktør er Alexander Leborg” (<http://www.minuskel.no/about.php>; lesedato 16.08.12).

Flamme Forlag ga i 2008 ut alle bøkene “i små opplag [...] snekret sammen med stiftemaskin og lim på forlagets pulter, men det forhindrer ikke at de er både solide og usedvanlig fine” (*Morgenbladet* 27. juni–3. juli 2008 s. 33).

Alle bokutgivelsene i Flamme forlag “er formgitt av det suksessrike kollektivet Yokoland, og de er tydelig merket med stempelet F og et nummer. Katalogen runder 200 utgivelser i sommer, inkludert mindre “boksingler” [...] Flamme har profilert seg på et lite, men sobert utvalg av oversettelser, eksempelvis den fantastiske dagboken til Witold Gombrowicz og brevvekslingen mellom Tomas Tranströmer og Robert Bly. *Air Mail* er ikke bare en nydelig dialog signert de to poetene, boken vant også designprisen Årets vakreste bok for 2013. Oversettelsene er krafttak som setter forlaget i respekt på en måte som kommer hele stallen til gode. Særlig de mange uetablerte forfatterne får en unik drahjelp.” (*Aftenposten* 22. juni 2014 s. 8)

“Gjennom en femårsplan med enmannsforlaget H Press, sto Jørn H. Sværen for gjendiktninger, bestilte poetikker og skjønnlitterære tekster av etablerte forfattere. Hensikten var ikke bare å bøte på den manglende tradisjonen for småforlag i Norge, men å utøve institusjonskritikk i praksis. Norsk litteraturpolitikk og de store forlagenes definisjonsmakt fører ifølge Sværen til at sjangrene ikke utfordres og at blandingsformer faller utenfor. [...] Nå driver han England Forlag, som utgir korte, håndlagde bøker i små opplag som sendes gratis til kjente og ukjente i posten. Alle skrevet og designet av Sværen selv. [...] Distribusjon er og blir et problem for utgivelser fra uavhengige forlag.” (*Morgenbladet* 28. september–4. oktober 2012 s. 37)

“For to år siden startet Anitra Figenschou opp sitt eget forlag [Figenschou forlag AS], spesialisert på bildebøker for barn. Når bøkene kommer fra trykkeriet pakker hun sekken og setter seg på sykkelen for å dra på salgsbesøk til Oslos bokhandlere. For Figenschou har det vært en god uke, i løpet av bare én dag fikk hun solgt 185 bøker til tre av byens bokhandlere. Den ene var Svovel på Sagene, en bokhandel som står utenfor de store kjedene.” (*Klassekampen* 18. april 2015 s. 22)

“*Jorden rundt med Ho-Ho. Med en kvinne i hvert skrog. På langtur med Snarken.* Den maritime litteraturen har mye å by på. Så mye at Flyt forlag har spesialisert seg på kun denne ene fellesnevneren. [...] Jeg startet forsiktig, men nå er det blitt over 50 titler. Alle har en maritim fellesnevner, men jeg gir ut både skjønnlitteratur, praktiske håndbøker og reiseskildringer, forteller forlegger Anne Nygren, passende nok på seiltur i Danmark. Hun har kategorisert bøkene nøye, og her finnes det både litterære perler som *Moby Dick* og *Skatten på sjørøverøya*, og en egen kategori ved navn “Bøker om folk i veldig små eller rare båter”. Tanken er at alle bøkene, uansett sjanger, skal kunne tas med til havs. - Tåler de vann? - Litt vann, og de er små og kan puttes i lommen eller lagres om bord i båten, som et skipsbibliotek. De tåler litt mer enn vanlige bøker.” (*Morgenbladet* 13.–19. juli 2012 s. 34)

“Folkefinansiering, eller crowdfunding som det kalles på “godt norsk”, ordner biffen. Wikipedia omtaler folkefinansiering som “når enkeltpersoner går sammen om å støtte et prosjekt, enten ved hjelp av penger eller andre ressurser”. Nettsteder som amerikanske Kickstarter og norske New Jelly og Fønd inviterer folket til å spytte i kassa for å finansiere utviklingen av prosjekter som kanskje ellers ikke ville blitt realisert. I Norge har navnet Christer Falck en tendens til å dukke opp om vi søker etter informasjon om emnet. [...] i disse dager pakker og sender Falck forlag de første i en serie folkefinansierte bøker om norske tippeligaklubber, ført i pennen av et knippe profilerte fotballskribenter og journalister. Etter en treg start og noe kritikk av betalingsløsningen, ble 15 av 16 bøker sluttet solgt. Bare Sandnes Ulf viste seg umulig å putte mellom to permer.” (*Dagbladet* 10. mars 2013 s. 33)

“Aftenposten har denne uken skrevet om hvordan utdrag av [massemorderen Anders Behring] Breviks manifest selges av nettbokhandelen Amazon. [...] Oppført som utgiver er derimot gjør-det-selv-forlaget lulu.com, der hvem som helst kan bestille automatisert trykking, uten redaksjonell kontroll. For ekstra betaling sørger Lulu så for eventuell distribusjon via ulike nettbokhandler, deriblant Amazon. Hva er forskjellen? At det potensielt rystende, at en seriøs utgiver vil ta i Breviks manifest – heldigvis – ikke stemmer. Snarere ser en enkeltperson ut til å ha besørget hele utgivelsen.” (Morgenbladet 22.–28. juni 2012 s. 36)

“Terroristen Anders Behring Breivik spredte sitt såkalte manifest på nettet. Det vekket oppsikt da en person med pseudonymet Christian Messenger trykket deler av manifestet som bok gjennom selvpubliseringsstjenesten lulu.com og den så ble solgt via nettbokhandelen Amazon. Er det slik at til tross for at en bok som denne knapt selges og leses, får den offentlige ytringen høyere status og gir mer blest dersom den er pakket inn i formatet *innbundet bok*? [...] I november 2002 publiserte den tidligere Waffen-SSmannen Arne Borgir boken *Holocaust – Myte eller virkelighet?* i tusen eksemplarer. Ifølge tidligere fagredaktør på forskning.no, Erik Tunstad, ble den forsøkt utgitt anonymt på det ikke-eksisterende Advance Forlag, og designet av firmaet Sky High Design. Bak dette enkeltmannsforetaket står Pål Aune, tidligere notert for å ha hevdet at angrepene på World Trade Center ble iverksatt av en jødisk organisasjon ved navn “Elders of Zion”. [...] Papirbøker innehar fremdeles en viss prestisje sammenlignet med en hvilken som helst ytring på nettet, og det gjelder nok i høyreekstreme miljøer som i andre” (Morgenbladet 28. september–4. oktober 2012 s. 37).

Firmaet Amazon, som bl.a. selger enorme mengder bøker via Internett, “har gått inn i forleggeriet, ved å hyre agenter og redaktører til å finne bestselgende forfattere. [...] Men som vi hver uke kan se av bestselgerlistene, er det den samme håndfullen bøker som stadig selger, uavhengig av format. De smalere titlene vil i stadig økende grad forsvinne fra de store forlagenes kataloger, og for de få uavhengige forlagene som er igjen, vil det bli enda vanskeligere å finne salgskanaler for deres begrensede produksjon.” (André Schiffrin i *Morgenbladet* 14.–20. desember 2012 s. 40)

“Forlagene fikk først Amazon som sin største kunde. Så ble nettbokandelen en gjøkunge som krevde stadig mer og aldri ble mettet på rabatter og lave priser. Og til slutt en konkurrent: Amazon har begynt å tegne kontrakter med forfattere og gi ut bøkene deres selv. For forlagene ble situasjonen så ille at de kikket bort på Apple og mente de så en redningsmann i Steve Jobs. Jobs skulle selge Ipads og tilbød forlagene det som kalles en agentavtale: Solgte de bøkene sine gjennom Apples nettbutikk, fikk de selv bestemme prisen. Apple skulle bare ha tretti prosent, der Amazon krevde minst femti. For forbrukerne ble bøkene litt dyrere, men det er jo det dere vil, sa Jobs til forlagene ifølge hans biograf Isaacson. Det var bare en liten hake: Jobs krevde at ingen

skulle få kjøpe bøkene billigere enn Apple. [...] Nå har konkurransemyndighetene i USA startet etterforskning av avtalene Apple har med forlagene. De mener det er snakk om ulovlig prissamarbeid og prisfastsettelse. Og Apple har selvsagt også begynt som en slags forlegger: De legger til rette for at hvilken som helst forfatter kan publisere boka si selv. For forfatterne kan det være hyggeligere å beholde 70 prosent enn å måtte nøye seg med 15 prosent royalti – selv om de må klare seg uten forlagenes markedsføring og andre tjenester. Det vi ser i USA er en kamp der alle slåss mot alle, populært kalt frikonkurranse. Situasjonen blir enda mer uoversiktlig siden rollene skifter: Forleggere, bokhandlere og forfatterbegrepene flyter over i hverandre, bøker er blitt datakode som selges gjennom samme kanaler som musikk og film. I Norge hevdes det at en boklov vil være ryddigere og bedre for alle parter. Den vil utvilsomt bidra til å sementere dagens roller og maktposisjoner. Det vil store forlag og deres bokhandlerkjeder tjene på, på samme måte som et frislepp gir mulighet til makt til nye aktører.” (Andreas Wiese i *Dagbladet* 10. mars 2012 s. 67)

“Helautomatiserte bøker, som henter innholdet gratis fra blant annet Wikipedia, selges på nett. [...] Like etter Whitney Houstons død dukket det opp en rekke bøker på nett om artisten. Problemet med robotbøker er at de gir seg ut for å være vanlige bøker. Kundene tror de kjøper en kvalitetsbok – ikke en samling nettartikler fra blant annet Wikipedia. [...] En robotbok blir laget av en søkerobot som henter stoff om et tema, ofte på Wikipedia, og et dataprogram brekker det hele om til en bok. Robotboken kan altså bestå av en Wikipedia-side, samt alle artiklene som Wikipedia lenker til. Bøkene lages altså uten noen forfatter eller redaktør. Slik spys det ut tusenvis av bøker uten særlig anstrengelse. [...] Kundene betaler med andre ord for stoff som allerede finnes helt gratis på Internett. [...] Robotbøkene handler ofte om et sært eller smalt tema, og brukeren blir overrasket over å oppdage en boktittel som man ikke forventet at eksisterte. [...] Robotbøkene registreres i store bokkataloger, som nettbokhandlere abonnerer på. Slik spres de i nettbutikker verden rundt. Bokhandler som nordiske Adlibris, amerikanske Barnes & Noble, og britiske Waterstones har mengder med bøker fra såkalte robotforlag, som USA-baserte Books LLC og tyske Alphascript. [...] på samme måte som med spamfilter vil nok de fleste nettbokhandler luke ut de verste eksemplene. Men det er kanskje et dilemma at Amazon vil måtte vurdere om noe er spambøker eller ikke, for plutselig vil man få en ny sensur-instans man egentlig ikke ønsker. [...] Det jobbes aktivt i verden med såkalte semantiske søkemotorer, som i motsetning til dagens motorer kan tolke innhold. Hvis vi får maskiner som kan tolke tekst bedre, kan det dermed bli mulig å bygge bedre kompendier og faktabøker. Dette kan i sin tur true tradisjonell forlagsbransje” (Hilde Bjørnskau m.fl. i <https://www.nrk.no/kultur/bok/pass-deg-for-robotboker-1.8327854>; lesedato 04.12.18).

Amazons eget forlag Amazon Publishing har publisert både papirbøker og digitale bøker, med minst suksess for papirbøkene. “There was a practical reason for the failure. Hardcover copies were printed and distributed in a partnership with Houghton

Mifflin Harcourt, under an imprint called New Harvest, with Amazon's name missing from the spine. But bookstores weren't fooled. Barnes & Noble and nearly all the independents refused to stock its books – why help their mortal enemy? – and none of the titles gained enough momentum to force the stores to relent. [...] “Book publishing is a very human business, and Amazon is driven by algorithms and scale,” Sargent [en sjef i forlaget Macmillan] told me. When a house gets behind a new book, “well over two hundred people are pushing your book all over the place, handing it to people, talking about it. A mass of humans, all in one place, generating tremendous energy – that's the magic potion of publishing. ... That's pretty hard to replicate in Amazon's publishing world, where they have hundreds of thousands of titles.” ” (George Packer i 2014; [http://www.newyorker.com/reporting/2014/02/17/140217fa_fact_packer?](http://www.newyorker.com/reporting/2014/02/17/140217fa_fact_packer?currentPage=all) CurrentPage=all; lesedato 10.04.14)

“Eponymous imprint” er “[a] publisher's imprint that carries a personal name or names, often of the founder(s) (examples: J.B. Lippincott and R.R. Bowker). More recently, eponymous imprints under the editor's name have been set up as one-person shops within larger publishing houses to give exceptionally talented editors the freedom to publish without the approval of an editorial committee and to develop an individual voice within the industry. Editor's imprints are often given distinctive names like Apple Soup, Greenwillow, and Silver Whistle, but publishers increasingly encourage star editors to use their own names. Books published under such imprints have received many top awards in children's book publishing where the practice began in 1972 with the creation of Margaret McElderry Books at Atheneum, followed in 1973 by Ursula Nordstrom Books at Harper & Row. The recent success of the Harry Potter series, published by Arthur A. Levine Books at Scholastic, demonstrates the important role of imprinted editors in the promotion of quality works by new authors.” (Joan M. Reitz i http://lu.com/odlis/odlis_c.cfm; lesedato 30.08.05)

“Førrige uke ble det kjent at stiftelsen Fritt Ord har bestemt å tildele Peder Are Nøstvold Jensen, bedre kjent under blognavnet Fjordman, 75 000 kroner til bearbeidelse av et bokmanuskript. Vedtaket har skapt rasende reaksjoner, ettersom Fjordman var masse-morder Anders Behring Breiviks ideologiske forbilde [...] forlagsparet Elin Ørjasæter og Nils Gullak Horvei som nylig har startet opp det vesle kjøkkenbenkforlaget Trolltekst, med Jon Hustads bok *Partiguident* som eneste utgivelse så langt, kan være interessert i å gi ut boken til Fjordman.” (*Morgenbladet* 21.–27. juni 2013 s. 40)

“Franske undergrunnsforleggere har gått lei av det tradisjonelle bokformatet. De lanserer skjønnlitteratur på ølbrikker, postkort og sjokoladeplater. [...] Zinc éditions gir blant annet ut kriminallitteratur i metermål – såkalt Krim-o-meter. [...] - Apropos ølbrikker, dere er ikke tilfeldigvis interessert i å kjøpe ølbrikker med noveller trykt på baksiden? [...] Det hele startet med selve gjenstanden ølbrikken, som i utgangspunktet

oppfattes som en reklameting av de fleste, men som også signaliserer noe hyggelig og sosialt – en øl i godt selskap og så videre. Vi fant ut at det å trykke litteratur på ølbrikker ville gi leseren en ganske annerledes opplevelse. Man kan bruke ølbrikken som ølbrikke, sette en øl på den og kaste den etterpå, eller man kan spare på den og kanskje lese teksten senere. Meningen var at det på samme tid skulle være en bruksting og en tekst. [...] - Krimsjangeren er en populær, tilgjengelig og demokratisk sjanger. [...] et såkalt krim-ometer; det dreier seg om kriminallitteratur i metermål. - Nå kan du gå i butikken og be om å få tre meter litteratur. Vår siste tittel, *Histoire de coeur* av Julia A. Lyson, er nemlig utgitt som en 3,55 meter lang utbrettbar remse. Den er ikke utstyrt med sidetall, men det finnes et centimetermål i margin slik at du kan orientere deg i teksten. Og du kan bruke boken som linjal hvis du trenger det. [...] Ekstra brede i gliset blir de når de legger ut om hvordan de har planer om å trykke noveller på sjokoladeplater – ordet konsumlitteratur kommer til å få en ny dimensjon. [...] Historiens stadige forflytning i rom får en ekstra dimensjon ved at den trykkes på postkort, som jo brukes til å sende tekst når man forflytter seg fra sted til sted, forklarer Peyronnet. [...] Kanskje vi til og med kan klare å selge postkort-novellene til turoperatørene, som en annerledes suvenir?” (*Morgenbladet* 5.–11. desember 2003 s. 20)

“Som poet, akademiker, oversetter, politisk aktivist og aktiv kulturskribent har Joshua Clover (f. 1962) tatt på seg mange ulike hatter i den amerikanske offentligheten. Sammen med poetene Juliana Spahr og Jasper Johns driver han småforlaget Commune editions, som har spesialisert seg på diktbøker på høyde med samtidige politiske hendelser – alle som én tilgjengelige for gratis nedlasting i tråd med forlagets nullprofitt-praksis.” (*Morgenbladet* 13.–19. april 2018 s. 51)

Aleksander Bergans roman *Fantombildet* (2013) “skal prøveoversettes til det engelske markedet. [...] Det skjer svært sjelden for debutanter. [...] Det vil si at de 25 første sidene oversettes til engelsk, og blir pitchet inn hos ulike forlag. Det er ikke sikkert at den blir solgt til utlandet av den grunn, men det betyr at forlaget har tro på den.” (*Dagbladet* 26. januar 2013 s. 57)

Eget forlag

Forfatteren av ei bok er i dette tilfellet sin egen forlegger. Forfatteren har dermed alle rettigheter over manuset, alle utgifter ved produksjon og distribusjon og tar risikoen i at boka kanskje ikke selger.

Etter å ha hatt litt suksess med tekster utgitt av den velrenommerte forleggeren Breitkopf, måtte J. W. von Goethe gi ut skuespillet *Götz von Berlichingen* (1773) på eget forlag og på egen regning, og fikk stor gjeld på grunn av dette (Faulstich 2002 s. 185). Den tyske 1700-tallsforfatteren Gotthold Ephraim Lessing og trykkeren Johann

Bode ga ut verket *Hamburgsk dramaturgi* på eget forlag. De stod forsvarsløse da et etablert forlag senere trykte opp verket uten tillatelse (Barner et al. 1981 s. 74).

Hans Jægers roman *Fra Kristiania-Bohêmen* “ble utgitt i to bind (Første og Anden Del) i Kristiania 11. desember 1885. Den ble presentert en måned før i en egen “Fortale”, som ble utgitt separat 12. november i kommisjon hos Huseby & Co. Huseby ville ikke utgi boken, og Jæger besluttet å utgi den på eget forlag.” (Cato Schiøtz i *Morgenbladet* 14.–27. mars 2008 s. 53) Axel Jensen ga ut sin debutroman *Dyretemmerens kors* (1955) på eget forlag.

“Norsk grammofonhistorie sporar vi best opp i Birger Vanbergs mange skrifter om emnet. Disse har komme ut først i dei seinare tiåra, fleire på eige forlag.” (*Morgenbladet* 12.–18. februar 2010 s. 41)

Den britiske krimforfatteren Edgar Wallace – som ble en storselgende forfatter senere – måtte lage sitt eget forlag, Tallis, for å få gitt ut debutboka *The Four Just Men* (1905). Den tyske forfatteren Ernst Jünger ga ut sin bok *I stålstormer* (1920) på eget forlag (Grabert, Mulot og Nürnberger 1983 s. 275). Jünger er kjent for sin soldat- og krigsforherligelse. Under sin egen deltakelse i 1. verdenskrig tok Jünger notiser under kampene han deltok i for å dokumentere sine umiddelbare erfaringer (s. 275). Den britiske forfatteren David Cantes roman *Fatima's Scarf* (1998) ble etter publiseringsforsøk overfor flere forlag til slutt utgitt på eget forlag. I boka angriper Cante både fundamentalister og liberalister.

Lyriker og dramatiker Derek Walcott fra den karibiske øya St. Lucia fikk Nobelprisen i litteratur i 1992. “Walcott kom tidlig til poesien: sitt første dikt fikk han på trykk i en lokalavis i 14års alderen. Fire år senere lyktes han – i mangel av et forlag på øya – å overtale moren til å bekoste utgivelsen av debutverket “25 Poems”. Hans tre første samlinger kom på eget forlag.” (*Aftenposten* 9. oktober 1992 s. 22)

Den tyske film-fanen Frank Trebbin skapte et fembinds oppslagsverk om skrekk- og science fictionfilmer, utgitt på eget forlag (Winter 2010 s. 269). Teksten har også blitt publisert på cd-rom.

“The attitude that writing which has not been submitted to some publisher’s critical judgement must be flawed has been undermined by successes like Jill Paton Walsh’s self-published *Knowledge of Angels*, which cut out the middleman and went straight to the reader, not to mention the Booker Prize shortlist.” (Pugh 2005 s. 239)

På e-postlisa Biblioteknorge@nb.no ble det 14. mai 2009 sendt ut denne meldingen: “Til bibliotekarene. Hei! Jeg, Vilde Bjerke, utkom med en roman som heter FYRTÅRNET (OKT. 08). Den ligger ute på bokdatabasen. Den ble ikke innkjøpt til

norske biblioteker av innkjøpsordningen. Dagbladet fremhevet bla. FYRTÅRNET, altså denne romanen, nå nylig, sammen med noen andre nullete bøker av veletablerte norske forfattere med et kritisk spørsmål til hvorfor disse bøkene ikke ble kjøpt inn av innkjøpsordningen. Bokinspirator Liv Gade (Norli) ble begeistret for FYRTÅRNET og gav boken en strålende anmeldelse i ukebladet Familien (som har 620 000 abonnenter) 16 feb. 09. Du kan lese hennes anmeldelse i vedlegget som følger denne mailen. Hun reiser nå rundt i Norge og holder foredrag om Fyrtårnet, og anbefaler boken på det varmeste. Men den finnes altså ikke tilgjengelig i norske biblioteker. Det er jeg selv som distribuerer denne boken, da jeg utgav den på mitt eget forlag: VB PRODUCTIONS. Du kan bestille denne boken til ditt bibliotek ved å ta direkte kontakt med meg på tel. 99221663 eller sende en mail til vi-bje@online.no Boken koster 368,- pluss porto.”

“Siri Lindstad (39) har det siste halvåret fått erfare at en bokutgivelse ikke nødvendigvis betyr raske penger. I fjor høst ga hun ut en bok om lesbisk identitet, *Å fylle L-ordet med mening*. I motsetning til de fleste ga hun ut boken på eget forlag. - Hvis jeg selger 50 bøker til, så går jeg i null, sier hun fornøyd. - Hvorfor skrev du denne boken? - Det var viktig for meg å skrive om lesbisk liv. Det er få bøker som forteller slike historier, og det finnes ingen bøker som har tatt for seg de norske lesbemiljøene tidligere, sier Lindstad, som til daglig jobber som journalist i Forskerforbundet. - Men hvorfor ga du ut boken på eget forlag? - Alle de kule plateartistene gir ut musikken sin på egen label. Det er ingen grunn til at det skal være annerledes for forfattere, sier Lindstad. Hun undersøkte ikke engang muligheten for å få utgitt boken hos et etablert forlag før hun gikk i gang. [...] Hun brukte også penger på å hyre inn en ekstern redaktør og på å kjøpe profesjonell hjelp til layout og korrektur. [...] Det var vanskeligere å få solgt inn boken til bokhandlere og biblioteker enn jeg hadde trodd.” (*A-magasinet* 28. januar 2011 s. 22-23)

“In the past self-publishing had a poor reputation because of poor-quality production, low editorial standards and little access to the market. But now the publishing industry has changed. New print-on-demand technology and advances in digital publishing mean that independent writers have unprecedented access to readers and sales opportunities. Independent authors are now regularly hitting the Amazon bestseller lists. At Kazoo we have over 50 years’ experience in print publishing and we bring this experience to every book we produce. We can help you produce a book that is edited, designed, produced and distributed to industry standards. We think of our clients as authors who have chosen to publish independently but to the highest possible standard. As best-selling independent author Joanna Penn says, ‘People don’t buy books based on the publisher.’ If your aim is to get your book to readers, Kazoo offers you a fast and sure way to achieve your goal. [...] In traditional publishing it takes a full year from signature of contract for a book to hit the bookshelves. During

this time, the manuscript goes through a rigorous three-stage editing process. While that process can be accelerated by publishing independently, editing is crucial to ensuring your book is as polished as it can be when it reaches the reader. You are asking readers to invest money and time in your book, and they expect to get a quality product. Poorly produced books result in bad reviews and low sales.” (<http://www.kazoopublishing.com/independent-publishing/>; lesedato 17.06.13)

“Ole J. Hansson har gitt ut diktsamlingene *Mørkerom* og *Emolusjon* for egen regning. Å få dem anmeldt, kjøpt og lest, var ikke lett. - Jeg skrev om dem på Facebook og bloggen min. Jeg sendte eksemplarer til avisredaksjonene, men fikk ingen respons. Den andre boken sendte jeg heller til studentaviser, det var mer vellykket. [...] Alle tjenester et forlag står for, som tekstbearbeiding, korrektur, design, layout og markedsføring, faller på deg selv. [...] Ifølge Dagens Næringsliv er det bare rundt 0,5 prosent av alle som sender inn et manus til de store og etablerte forlagene som får sin debut her. Kanskje ikke så rart at selvpublikeringens potensial kan friste. - Forlagene ønsker tydelige stemmer, men de kan dermed spisse dikterne så de får en mer enhetlig uttrykksform enn forfatterne er komfortable med, sier selvutgitte Hansson, som først sendte et manus til Cappelen Damm. - Etter et halvt års samarbeid følte jeg at boken var ferdig, men redaktøren mente det fortsatt gikk et skille i diktene mellom et fortettet modernistisk uttrykk og en pratete form, og ville fjerne det siste. Så sendte jeg et nytt manus til Aschehoug. Redaktøren la ut om hva som skulle endres. Jeg takket for meg etter første møte. Jeg trenger frihet for å kunne skape.” (Hansson i *Morgenbladet* 28. september–4. oktober 2012 s. 36)

“Den digitalvennlige forfatteren Eirik Newth har vært ambivalent til egenpublisering i flere år. “Selvpublikering har vært og er fremdeles i stor grad stedet der tekster som aldri skulle ha vært publisert, går for å dø. (...) Ikke til å undres over at etablerte forfattere flest ikke ville drømme om å gjøre det – man risikerer jo å skade sin viktigste kapital som skribent, nemlig ryet”, skrev han på bloggen sin i fjor. Samtidig har han vurdert publikeringsformen selv. - Jeg har ved flere anledninger sagt at jeg vurderte å gå over til selvpublikering av e-bøker, ja.” (*Morgenbladet* 28. september–4. oktober 2012 s. 36)

“Meldingane frå Storbritannia om at sjølvpubliserte bøker no utgjer om lag ein fjerdedel av all e-bok-fiksjonen bør få bjøllene til å ringe i forlagshusa også her heime. I årevis har forlaga sett med skepsis på sjølvpublisering. Praksisen blir omtalt som relativt meningslaus, og som ein metode talentlause forfattarspirer brukar for å få ut dei uleselege bøkene sine. For dei refuserte har sjølvpublisering lenge vore einaste utvegen om dei vil ha ut boka si. [...] Så er det også slik at digitaliseringa av bokbransjen opnar for at små grupper av lesarar kan søkje saman på ein heilt ny måte. Desse nye lesargruppene lagar seg no ein levande marknad for spesial- og nisjetitlar på

nettet, eit opplegg som var langt vanskelegare i den fysiske verda.” (Dag H. Nestegard i *Dagbladet* 7. mars 2012 s. 57)

“[R]ik ble aldri Ted Granlund, som nå har sin fjerde selvtgitte diktsamling på trappene. Likevel levde poeten av å selge bøkene til venner og forbipasserende i månedsvis. - Da jeg ga ut den første boken, bodde jeg i bilen min på Løten. Hvis jeg solgte en bok til 70 kroner hver dag, hadde jeg til mat og drikke. Med 1000 solgte eksemplarer av debutboken overgår han de fleste diktdebutanter. Andreboken *Rynker i jord* ble uvanlig nok for selvpublikasjoner tatt med i innkjøpsordningen, men solgte langt dårligere enn da han selv sto for salget.” (*Morgenbladet* 28. september–4. oktober 2012 s. 37)

“I 2017 utkom 186 diktsamlinger i Sverige – 50 av dem oversettelser, 83 utgivelser på eget forlag.” (*Morgenbladet* 16.–22. mars 2018 s. 50)

I *Kant-i-kant* (2008) har Einar Økland en presentasjon av ei liste over norske bøker som har blitt utgitt på eget forlag.

Publisering uten forlag

“Bli forfatter – du trenger ikke forlag!

Ved å gi ut boka med BoldBooks får du:

- beholde alle rettigheter og inntekter
- en enkel og oversiktlig utgivelsesprosess
- samarbeide med profesjonelle aktører
- delta i Norges største miljø av indieforfattere” (<https://boldbooks.no/>; lesedato 11.11.19)

“BoldBooks.no er en selvbetjeningsløsning for forfattere som ønsker å gå utenom tradisjonelle forlag. Vår visjon er å bli forfatterens førstevalg når de skal gi ut en bok. Vår målsetting er å gi forfattere større eierskap til bøkene sine, uten at det tar for mye tid og krefter. Ved å samle alle ledd i en bokproduksjon blir dette mulig, og som forfatter kan du konsentrere deg om det som er aller viktigst – nemlig å skrive. BoldBooks er et teknologiselskap og utvikler en plattform som skaper kontakt mellom forfattere og leverandører av forfattertjenester. Her finner du alle tjenester du trenger for å utvikle, produsere, markedsføre og selge din egen bok. Du kontrollerer med andre ord hele prosessen selv, og manusrettigheter og overskudd fra boksalg tilfaller

ingen andre enn deg. Vi er her for å støtte deg – hele tiden. I tillegg jobber vi idealistisk, og har blitt et talerør for uavhengige forfattere, småforlag og andre som er imot maktkonsentrasjonen i bokbransjen. BoldBooks er invitert av Kulturdepartementet for å gi innspill til kunstnermeldingen om forfatterøkonomi og statlige støtteordninger. Vi forsøker å påvirke litteraturpolitikken i Norge. Vi foreslår endringer som kan gi et større mangfold av bøker og som kommer forfatterne til gode.” (<https://boldbooks.no/om-oss/>; lesedato 11.11.19)

“BoldBooks.no ble lansert 12. mai 2017. [...] BoldBooks er støttet av Innovasjon Norge og Kulturrådet. [...] BoldBooks er ikke et forlag. Vi eier ingen bøker, og har ingen økonomiske rettigheter til bøkene. Forfattere som har utviklet og produsert bøker ved hjelp av tjenester fra BoldBooks beholder selv alle rettigheter til bøkene sine. [...] BoldBooks AS vil modernisere og digitalisere bokutgivelsesprosessen ved å selge komplette tjenester og verktøy til forfattere. Slik kan man enkelt gi ut sin egen bok uten å gå gjennom mellomledd som forlag. Med BoldBooks får forfatteren bedre kontroll og sitter igjen med større andel av inntektene fra salg av boka enn hos et forlag. Selvpubliserede bøker vil få forutsigbare kostnader og høyere kvalitet enn hva som har vært vanlig tidligere. Via BoldBooks’ digitale plattform kan forfattere få markedsført og solgt bøkene sine. Vår forretningsmodell er å ta et formidlingsgebyr av alle bøker og tjenester som formidles gjennom boldbooks.no. Se brukerbetingelsene for forfatter og leverandør for oppdaterte satser. I tillegg selger vi markedsførings-tjenester for bøker og arrangerer kurs og seminarer for våre kunder. BoldBooks er opptatt av god kvalitet i bokutgivelser. Underleverandørene har vært gjennom en godkjenningsprosess før de får stå oppført på siden.” (<https://boldbooks.no/om-oss/>; lesedato 11.11.19)

“Allerede i 2020 har BoldBooks planer om entre det svenske og det danske markedet. Året etter følger det etableringer i Finland og i Tyskland. [...] daglig leder og største aksjonær, Kristin Over-Rein. Hun er imidlertid kritisk til hvordan tjenesten og selskapet ofte blir omtalt: - “Selvpublisering” betyr at man har gjort alt selv. Det blir som regel et dårlig resultat, så det oppfordrer vi ingen til. I stedet sier vi indieforfatter (independent author). Det betyr at forfatteren sitter i førersetet på sitt eget bokprosjekt, og knytter til seg profesjonelle fagfolk som sikrer kvaliteten på utgivelsen. [...] At egenutgivere har begynt å bruke kvalitetstjenester er ifølge Kristin Over-Rein, hovedårsaken til den sterke veksten av indieforfattere, spesielt i USA. BoldBooks har nylig blitt godkjent som partner av den internasjonale foreningen Alliance of Independent Authors. Foreningen kvalitetssikrer tilbydere til indieforfattere og går god for selskap som er seriøse leverandører av kvalitetstjenester. Foreningen forsikrer seg også om at bedriftene opptrer etisk overfor forfatterne. [...] I fjor omsatt BoldBooks for nær en million kroner i Norge alene. Inneværende år satser plattformsselskapet på en tredobling. Også i neste år budsjetterer selskapet med et underskudd, men i 2021

håper man å kunne gå i plus.” (<https://bok365.no/artikkel/emisjonssuksess-for-boldbooks/>; lesedato 11.11.19)

Alle artiklene og litteraturlista til hele leksikonet er tilgjengelig på <https://www.litteraturogmedieleksikon.no>