

Bibliotekarstudentens nettleksikon om litteratur og medier

Av Helge Ridderstrøm (førsteamanuensis ved OsloMet – storbyuniversitetet)

Sist oppdatert 23.04.24

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

Guidelitteratur

(_sjanger) Håndbøker og annen litteratur som fungerer som guiding. De fleste guidebøker handler om et geografisk område. Bøkene kan f.eks. være landsguider, regionguider og byguider. Det er viktig at bøkene har gode registre, og mange har fargekoder og krysshenvisninger. Kart av ulike slag er svært vanlig, f.eks. landskapskart, bykart og kart over offentlig transport, og oversikt over attraksjoner, overnattingssteder m.m.

Det finnes guidebøker for reiser/turisme, for å lære å spille et musikkinstrument, for å finne stjerne-tegn på himmelen, for å spille bestemte dataspill, Study Guide Literature for ulike skole- og universitetsfag, for å søke etter sekundærlitteratur i databaser, m.m. Noen bøker er spesielt rettet til studenter, geologer, leger, osv.

Den engelske 1700-tallsforfatteren Sarah Fielding “was not only interested in moulding the readers of her own fiction. In her *Remarks on Clarissa* (1749) she also participated in directing a way in which [Samuel] Richardson’s fiction should be read. *Remarks on Clarissa* is an early example of a literary guidebook and certainly one of the first to be addressed to the interpretation of a novel. [...] Like an early *York Notes* but with a moralising edge, it describes an accessible agenda for textual interpretation, and in line with the emerging discourse of polite reading” (Goring 2005 s. 177-178).

Noen bøker som på omslaget presenteres som guidebøker, er snarere rådgivings-, livsstils- og terapibøker enn bøker om geografiske områder eller fag. Et eksempel på slik bruk av ordet “guide” er i Russ Hudson og Don Richard Risos bok *Enneagrammets Visdom: Den fuldstændige guide til psykologisk og spirituel vækst for de ni personlighedstyper* (på dansk 2005).

“En reiseguide er skrevet for å opplyse reiselystne som skal til et bestemt reisemål. Med et nøkternt og faktabasert språk får leseren detaljrik informasjon om reisemålet.” (Fred U. L. Huvnes i <http://huvnes.blogspot.no/2010/05/reiselitteraturen-en-litter-bastard.html>; lesedato 03.02.14) Reiseguidebøker “are not autobiographical and are not sustained by a narrative exploiting the devices of

fiction. A guide book is addressed to those who plan to follow the traveler, doing what he has done, but more selectively.” (Fussell 1980 s. 203)

Reiseguidebøker “are premised on an actual journey through locatable geographic spaces; the journey is supposed to be replicated and enacted in actual practice by travellers. In this sense, guidebooks are not substitutes for the actual experience of travel; rather, they are catalysts that help readers to navigate, carry out and experience travel through how-to (didactic) accounts rooted in factuality.” (Alačovska 2013 s. 146-147)

“The guidebook instructs (steers, drives, points) the reader and arouses the productive endeavours of travellers. As a dynamic genre that exerts a performative influence on its readers, the guidebook is embedded in the economy and politics of tourism and travel services” (Alačovska 2013 s. 152-153).

Gjennom å lese i en reiseguidebok om historiske bygninger, fortidens hendelser i et byområde osv., og så oppsøke disse stedene, kan turistene ikke bare bevege seg geografisk, men også bakover i tid (Marcel Roncayolo i <https://journals.openedition.org/insitu/559>; lesedato 22.03.23).

“Good ones [guidebooks] must be up to date, accurate in detail, responsible in using sources, authenticated by the writer’s direct experience, selective yet reasonably comprehensive, clearly focused, analytic in structure, organised for quick reference, and easy to read. The best also have a style that sharpens seeing and encourages imaginative reflection” (Robert Foulke sitert fra Alačovska 2013 s. 151). “Like ethnographic researchers, travel guidebook writers who are researching destinations converse daily with a number of people, duly recording the stories, opinions and tastes of a myriad of travellers, tourists, residents and random strangers. Moreover, writers maintain a network of informants who supply up-to-the-minute content.” (Alačovska 2013 s. 152)

“Guidebooks are a traveller’s aides and companions. They furnish travellers the means for ‘instrumental leadership’, which facilitates easier, more efficient and safer navigation of less-known places, by functioning as reliable ‘pathfinders’ (Bhattacharyya 1997). Detailed physical maps as well as verbal maps and itineraries that describe navigation through words are an indispensable part of the guide. To this end, every guidebook has a specific design layout and is broken down to functional compartments such as: country-specific facts including environment, food, history, tradition, itineraries grouped under the heading of ‘getting there and around’, and ‘lodging’ (see Lisle 2008:160). In addition, as a type of do-it-yourself handbook, a guidebook serves as the ‘middleman’ that facilitates the interaction between the destination and the traveller in a cost- and time-efficient manner. Cronin (2000), who charted the historical development of the guidebook genre as didactic literature, argues that the global publishing companies freed travellers from their reliance on the oral translation of the

nineteenth-century, when they hired servants and guides for this purpose. However, guidebooks have also imposed a set of must-see, must-do global itineraries on travellers: ‘the autonomy of the printed guide (no local interpreters) produces another form of heteronomy (global interpreters dictating itineraries)’ (Cronin 2000: 86). In addition, guidebooks operate as ‘cultural brokers’ (Bhattacharyya 1997). Through various evaluative instruments (e.g., asterisks, superlatives, affective emphasis, descriptive parentheses) guidebooks mediate the relationship between travellers and what is worth seeing (sampling, experiencing, or tasting).” (Alačovska 2013 s. 153)

“By way of providing scripts for action, a guidebook inspires and channels spending and consuming, which in turn affects tangibly and measurably the economy and the politics of the destination in question. As such, guidebooks are capable of exercising a performative influence, which makes them function as ‘devotional’ texts – ‘a kind of ritual insurance, investment against “an act of god”’ (Jack & Phipps 2005: 81). Enjoyment, safety and protection in travel require a certain preparatory knowledge and expectation management. In this sense, a guidebook offers security, mitigating the unknown or the unexpected by supplying reliable, authoritative and, most importantly, referential information, tips, guidelines, and moral instructions for travel. Enzensberger (1974: 135) also identifies the travel guidebook genre as ‘palliative’ – a risk-minimising textual artefact. For this same reason, Cronin (2000:86) compares the travel guidebook to a ‘divining rod’ that directs the traveller towards places to eat, sleep, and visit: places that are worth travellers’ attention, time and money. Therefore, by exerting a performative (palliative, risk-minimising, and devotional) effect, guidebooks are capable of generating profits and influencing the economy through travel-related services such as those provided by hotels, restaurants, tour companies, and cruises.” (Alačovska 2013 s. 154)

En av de første reiseguidebøkene var briten James Howells *Instructions for Foreign Travel* (1642). Dette er “a short book, running to about 20,000 words in its first edition, and divided into nineteen brief sections. (A second edition in 1650 incorporated a six-page appendix on “Turkey and the Levant parts,” places which it is unlikely that Howell ever visited). Although the main purpose of the *Instructions* was to advise and prepare gentlemen on the practicalities of travel and the learning of languages abroad, Howell’s literary aspirations are clear throughout the text, and they are reflected in the frequency and quality of his digressions from the main subject.” (Martin Beagles i http://sederi.org/docs/yearbooks/12/12_6_beagles.pdf; lesedato 23.09.15) *Instructions for Foreign Travel* skulle være til hjelp for britiske gentlemen på “The Grand Tour” til Europa.

Franskmannen Luc Vincent Thiéry ga i 1787 ut boka *Guide for amatører og utenlandske reisende i Paris* i to bind. Hvert av de to bindene inneholder en alfabetisk liste over severdigheter (Barbier 2007 s. 226). En pioner innen reiseguidelitteraturen var tyskeren Heinrich August Ottokar Reichard, med *Guide*

for reisende i Europa (1784) og senere bøker for reisende i bl.a. Tyskland, Ungarn og Konstantinopel. Den franske forfatteren Madame de Genlis' *Den reisendes manual* (1799) er en forløper for reiseguide-bøker som Baedeker, og skulle gjøre franskmennene kjent med Tyskland (Heyden-Rynsch 1992 s. 117). Tyskeren Karl Baedeker grunnla i 1827 et forlag for reiseguidebøker, kjent som Baedeker-serien (Rehm 1991 s. 18). Baedeker Verlags første utgivelser satte en høy standard for slike bøker. Bøkene fra forlaget fikk sin status ikke minst på grunn av samarbeidet med kunnskapsrike akademikere.

“Guideboken ble oppfunnet i Roma. Forløperen sirkulerte allerede på 1100-tallet som tekster kalt *Mirabilia Urbis Romae* – Byen Romas Underverk. Arkitekten Andrea Palladio fulgte slike gamle modeller i guidebøkene fra 1554. Den ene handlet om antikkens Roma, den andre om byens kirker. Her introduserte Palladio “vandringsruter” som et verktøy for å rekke over de viktigste severdighetene. [...] Med trykkekunsten ble Roma-guidene en av bokhistoriens største suksesser. Over fem hundre forskjellige utgaver utkom på 1500-tallet – bare i Roma! Forleggeren Girolamo Franzini utga i 1588 hele fire guidebøker [...] og var den første som illustrerte bøkene med små tresnitt av byens kirker, palasser og ruiner.” (*Dagbladet* 17. desember 2009 s. 64-65)

“Det voksende restaurantmarkedet presset frem et behov for offentlig veiledning. 1804 utkom den første gastronomiske guiden, *Almanach des gourmands*, utgitt av Alexandre-Balthazar-Laurent Grimod de la Reynière. Almanakken ble den moderne gastronomiens første kritiske talerør og stemme. Her ble kokker, restauranter, matbutikker og kokebøker vurdert og gjort til gjenstand for seriøs omtale og nådeløs kritisk gjennomgang. [...] Først etter utgivelsen av Grimod de la Reynières almanakker ble det mulig å snakke om gastronomi uten å bli beskyldt for (dødssynden) grådighet.” (*Morgenbladet* 4.–10. mai 2007 s. 33)

Litterær reiseguide er en undersjanger av både reiselitteratur og guidelitteratur. Et eksempel er Erik Fosnes Hansens *Oslo: Et eventyr – litterære vandringer* (2019).

Andre eksempler:

Marie Feltin: *Lev lenger og bedre: Helseguide for kvinner over 50 år* (1988)

Gunnar Staalesen: *Varg Veums Bergen: En annerledes Bergens-guide* (1992) – Veum er den fiktive etterforskeren i Staalesens krimromaner

Tormod Bakke: *Filmmax 1997* (1996) – omtale og vurdering av over 4000 filmer, ment som en guide eller veiviser gjennom et uoversiktlig “filmlandskap”

[anonym; “skrevet av studentene selv”]: *Alternativ studiehåndbok: En gaid for nye studenter over de ulike fagene, marsjruter, forfremmelseskrav og taktisk innhold ved lærestedene i Bergen* (1997)

Arild Linneberg: *Røff guide til Theodor W. Adornos estetiske teori* (1999)

Mads Christensen: *Absolutt mann: En guide til ham om klær og stil* (1999)

Arild Molstad: *I store forfatteres fotspor: Reisemål: Europa* (1999) – leseren skal følge avdøde forfattere gatelangs, langs elver som de har reist på osv.; Thomas manns Venezia, Sigrid Undsets Roma m.m.

Finn Jor (red.): *Nordiske kunstnerhjem* (1999) – inneholder en biografi over 35 nordiske kunstnere og deres hjem; boka fungerer som en reiseguide fordi 33 av hjemmene er åpne for publikum

Frode Grytten: *Dublin* (2002) – i serien “Forfatterens guide” på Spartacus forlag; i andre bøker i serien guider Tor Åge Bringsværd leserne rundt i London, John Erik Riley i San Francisco, osv.

Tor Åge Bringsværd: *London: Forfatterens guide* (2004) – forfatteren Bringsværds personlige opplevelser blandet med opplysninger fra litteratur og historie

Triumph Dining (forfattergruppe): *The Essential Gluten-Free Restaurant Guide* (2005)

Marta Norheim: *Røff guide til samtidslitteraturen* (2007)

Allen Coombes: *Träd: En komplett fotografisk guide till Europas träd* (på svensk 2008)

Bill Statham: *E-stoffer, kjemisk forvirring: Din guide til tilsetningsstoffer i mat og kosmetikk* (på norsk 2009)

Kristian Gundersen: *Snåsakoden: En kunnskapsbasert guide til alternativ medisin* (2013)

RH Disney: *The Emotions' Survival Guide: How to deal with how you feel* (2015)

De første seriene med reiseguidebøker ble publisert på begynnelsen av 1800-tallet (Guilcher 2011). Den britiske guideserien *Murray's Handbooks for Travellers* hadde sin første utgivelse i 1836. Den franske *Guides Joanne* ble utgitt fra 1841. Reiseguidebøker som *Murray*, *Joanne* og *Baedeker* bidro til å gjøre det å reise til en turistaktivitet, med standardiserte beskrivelser i bøkene som gjorde landskapene mindre unike og mer tingliggjorte (Chiara Nifosi i <https://journals.openedition.org/rief/8078?lang=en>; lesedato 16.12.22). Det har også blitt hevdet at slike bøker indirekte fortalte turistene hva de burde føle på bestemte steder og i forskjellige landskaper (Ariane Devanthéry gjengitt fra <https://journals.openedition.org/rief/8078?lang=en>; lesedato 16.12.22).

“Guidebooks as such were separately invented by Karl Baedeker in Germany and by John Murray III in England (in 1835 and 1836, respectively) and became an institution in Europe.” (Alačovska 2013 s. 147)

“John Murray’s ‘Handbooks for Travellers’ series was begun by John Murray III in 1836, after his own experience of travelling on the continent. Murray’s Handbooks were conceived at a time when improved transport links were making foreign travel increasingly easy and popular. His innovative guides responded to a need for detailed practical guides for new middle-class travellers. The early Handbooks covered Europe and Britain, and by the end of the 19th century included Russia, New Zealand and Japan. Murray’s Handbooks, were greatly admired for their comprehensive coverage and detailed information. With their red covers and gold lettering, the books became quickly recognised and famous throughout the world. A wide range of authors and contributors were involved in producing the handbooks, including Richard Ford, whose ‘Handbook for Spain’ (1845) is widely considered one of the classics of the genre. To ensure information was up to date, travellers were encouraged to write to Murray.” (<https://www.nls.uk/collections/john-murray/genres/guidebooks/>; lesedato 16.12.22)

Forfatterne av Murray-guidene var ingeniører, diplomater, yrkesmilitære, lingvister, botanikere, arkeologer og andre yrkesgrupper, personer som hadde til felles at de hadde reist mye. Denne blandingen av forfattere med ulikt blikk på et land eller en by er grunnen til at bøkene dekker så mange kunnskapsfelt: særpregete landskap, historie, politikk, flora, monumenter m.m. (Guilcher 2011). Murrays reiseguidebøker ga på 1800-tallet opplysninger om blant annet vekselkurs for penger, transportmidler for personer og bagasje (bærestoler, hester, muldyr ...), værforhold, påkledning og mye annet (André Rauch i <https://journals.openedition.org/insitu/533>; lesedato 25.08.23). Bøkene inneholdt dessuten anekdoter og kuriositeter som turister kunne ha glede av å kjenne til.

Murrays *Handbook for Travellers* var dominerende på reiseguidemarkedet i årene 1840-70, og bøkene ble redigert hvert tredje eller fjerde år, og noen ganger oftere. For å konkurrere begynte Baedeker å redigere ennå hyppigere (Guilcher 2011). Murray-serien var på den tiden den eneste som ga ut guider til så eskotiske ikke-europeiske steder som Australia og Japan. Murray ga ut fire om India, mens Baedeker hadde en eneste (Guilcher 2011). Men etter ca. 1870 solgte Baedeker mer enn Murray, med f.eks. 40 titler for tyske områder og 25 for franske områder. En viktig grunn til Baedekers suksess var at bøkene var på både tysk, fransk og engelsk (Guilcher 2011).

Karl Baedeker reiste mye i Europa i årene 1832-59, og redigerte mange av reiseguidebøkene basert på egne erfaringer. Mange bidrag i bøkene er signert, og forordene nevner at en stor mengde spesialister og lokale kjentfolk har vært involvert i arbeidet med bøkene. Noen lange introduksjoner om f.eks. gresk eller italiensk kunst er skrevet av universitetsansatte (Guilcher 2011). Egypt-guideboka

var fra og med fjerde utgave i sin helhet skrevet av en tysk professor, og redaktørene presenterte derfor boka som egnet både for turister og lærde personer.

“When Karl Baedeker published his first guidebook in 1832, Europe was finally at peace after the Napoleonic Wars, steam power was revolutionizing travel and a new and prosperous middle-class had risen in both Europe and America. Travel quickly became their obsession. Baedeker published four German-language titles, *Rheinreise*, *Moselreise*, *Holland* and *Belgien*, in the 1830s. In 1836, John Murray started his Handbook for Travellers series. Shortly after Baedeker and Murray guides appeared on the market, travel guides from other British and European publishing houses began to appear. Adam Black and his nephew Charles, of A&C Black Publishing of London, for example, began to produce books, many focused on traveling around England and Scotland. Thomas Cook and Ward Lock, also British, published their own versions of travel guides. While most of the early guidebooks, including Baedeker’s, were written for the newly rich, off on their grand tours of Europe, Daniel Appleton, an American dry goods merchant turned bookseller, started writing guidebooks for the common American, including those with families. Appleton guides were updated more frequently than Baedeker guides, sometimes several times a year, and included maps, city plans and hotel advertisements in which hotels boated of their “family suites.” ” (Scott Brown i <http://www.abebooks.com/docs/RareBooks/Avid-Collector/Apr08/travel-guides.shtml>; lesedato 05.08.15)

Region- og bykart og plantegninger for kirker og museer, var ofte utbredte fra bøkens forholdsvis små formater (Guilcher 2011). Baedeker-serien var spesielt kjent for kartenes høye kvalitet, og mengden kart. I guideboka for Sveits utgitt i 1863 var det 10 kart, i 1874 var det 22 kart, i 1901 var antallet 59 og i 1928 var det 111 kart og 15 panoramaer (Guilcher 2011). I Baedekers guide for Egypt var det i 1929 over hundre kart og planoversikter samt 56 bilder av høy kvalitet. Det høye antallet kart ble deretter forventet, slik at det var over hundre kart i utgivelsene om Russland, om Sør-Tyskland og om Norge. Etter hvert kom det kart i farger.

Murray og Baedekers bøker presenterer hoteller og andre overnattingssteder både ved de mest trafikkerte reiserutene og utenom allfarvei, men advarer spesielt damer mot at de sistnevnte har ekstremt dårlige hygieniske forhold (Guilcher 2011). Det står også noen råd om når overnattingsprisen kan diskuteres med hotelleieren og når det ikke er mulig. Priser burde uansett avtales på forhånd, slik at det ikke ble noen overraskelse ved avreise fra hotellet. I bøkene kunne det være illustrasjoner av hotellenes fasader, hager, tennisbaner, golfbaner, salonger, biljardrom og soverom, og informasjon om at et hotell hadde elektrisk lys, heis, mørkerom for amatørfotografer m.m.

Bøkene i både Murray- og Baedeker-serien hadde en index med de geografiske navnene listet opp alfabetisk. Joanne-serien hadde en mer omfattende index som inkluderte praktisk informasjon, f.eks. konsulater, hoteller, teatre, transportmidler

m.m. (Guilcher 2011). Franskmannen Adolphe Joanne publiserte i 1841 en reiseguidebok om Sveits etter å ha brukt sju somrer på å vandre til fots i Sveits, men også basert på andre guidebøker om Sveits (Hélène Morlier i <https://journals.openedition.org/insitu/524>; lesedato 25.08.23).

Den franske forleggeren Louis Hachette begynte midt på 1800-tallet å gi ut reiseguidebøker for turister som reiste med jernbane, “Bibliothèque des Chemins de fer” (Hélène Morlier i <https://journals.openedition.org/insitu/524>; lesedato 25.08.23). Bøkene var til salgs på togstasjoner i spesialbygde kiosker over mesteparten av Frankrike.

“During the 1850-60s, George Measom produced a series of “Official” guides to virtually every major railway company. These were lavishly illustrated and cover not only the usual tourist sights, but also many descriptions and illustrations of industrial and commercial enterprises. [...] From the 1880s until the early 1900s, another series of Official Railway Company Guides was published by Cassell & Co. These were well illustrated, with increasing use of photographs and many fold out maps” (Peter Thorpe i <https://blog.railwaymuseum.org.uk/railway-tourist-guides-part-1/>; lesedato 19.09.23). Measom-guidene kunne komme opp i over 1.000 sider per bok, inklusiv illustrasjoner og reklamer (Guilcher 2011).

Den engelske reiseguideserien *Lee* hadde på 1800-tallet svart omslag, slik at guideboka kunne ligne litt på en bibel, som gjorde at det var mindre påfallende å gå rundt med den i en kirke som turisten ville studere (Guilcher 2011). Spesielt i Italia var det vanlig at turister måtte levere fra seg guidebøker når de gikk inn i kirker, slik at kirkens egne guider kunne ta betalt for sin omvisning (Guilcher 2011).

Ofte er ikke forfatterne av reiseguidebøkene på 1800-tallet oppgitt i bøkene, og en av grunnene kan være at forfatterne skrev for å tjene penger og ikke ønsket sitt navn knyttet til slike bøker. De ville ikke skade sitt renommé som seriøse forfattere av annen litteratur (Guilcher 2011). En annen grunn til anonymiteten var at forlagets sjef og forlagsredaktørene ønsket at bøkene i en reiseguideserie skulle ha en enhetlig stil, uten individuelt særpreg.

I reiseguidebøker både på 1800- og 1900-tallet var det reklamer for produkter som kunne være nyttige for reisende, f.eks. koffertene (Guilcher 2011). Samtidig kunne guidebokforfatteren noen ganger advare mot å reise med mye bagasje. I reiseguidebøker om Spania og det sørlige Italia på 1800-tallet ble det advart mot ranere, og at det derfor ikke var lurt å ha betydelige mengder kontanter med seg (Guilcher 2011).

Det engelske forlaget Ward Lock (drevet av Ebenezer Ward og George Lock) ga i årene 1912-30 ut reiseguidebøker i lommeformat med kart, plantegninger og 60 fotografier i hver bok (Guilcher 2011). I en reklamefolder fra 1924 skrev forlaget: “The use of a reliable guide book doubles the pleasure and interest of a holiday. These well-known books are not dull, dry-as-dust compilations, but pleasant

travelling companions, readable from cover to cover. Each volume contains the latest Maps and Plans and is lavishly illustrated. In all cases a much wider area is included than the title indicates, and it will be found that nearly every holiday and health resort of importance is described in one or more of the volumes.” (sitert fra (<https://wlrz.z33.web.core.windows.net/page/aboutRG.html>; lesedato 25.08.23)

“The earliest Ward Lock travel guides were published in 1880, but were issued on green paper boards – not in the familiar red cloth covers as we know them today. The series originally comprised 30 titles. The guides were priced at a shilling, and were therefore known as “Shilling Guides”. [...] The guides adopted their familiar red cloth covers in 1892 [...] By the end of the century, 72 guides had been published, covering different towns and areas in England & Wales, Scotland, Ireland, the Channel Islands and a number of Continental destinations. [...] A special staff of qualified editors and correspondents continually toured the land, compiling and revising material on all places and matters of interest to the holidaymaker and on such subjects as the local history, geology, botany and zoology of the areas concerned. [...] Around the mid-1950’s, when Ward Lock changed the format of their guide books and introduced cardboard covers and brightly coloured yellow and red dust jackets, the number of different towns and areas covered by guides had reached a total of around 160.” (<https://wlrz.z33.web.core.windows.net/page/aboutRG.html>; lesedato 25.08.23)

I 1911 ble det utgitt en fransk reiseguidebok for å reise i Algerie med bil (Hélène Morlier i <https://journals.openedition.org/insitu/524>; lesedato 25.08.23).

“The relationship between maps and text in the early editions of the French tyre eponymous guidebook, the *Guide Michelin France* (1900, 1905, 1913), was innovative. Car drivers themselves being offered not a description of landmarks to be visited during a trip, but traversing a city, locating a hotel, and finding motoring assistance. [...] Since colour was little (or not at all) used on the Michelin maps, their success educated readership that could identify different signs and understand the significance of various Michelin’s new style of map aimed to liberate car owners from rail-based itineraries, and the *Guide Michelin* and its maps led many automobile drivers to explore France. [...] *Guide Michelin France*, 1900. The essence of the handbook issued by the Michelin tyre company was the Gazetteer or ‘Nomenclature des Villes’, in which all towns having a supply of petrol for motorists were listed in alphabetical order. Each entry gave a standard range of information. The explanation of signs and abbreviations was given elsewhere in the volume. The entries for thirteen towns were accompanied by a small plan. [...] The town plans in the Michelin guide books proved popular, and their basic style changed little over the years, apart from the introduction of colour in 1908 for plans of the larger agglomerations. The keynote was visual economy. Whereas for the tourist on foot a plan cluttered with information would not be a major problem, the motorized traveller needed something that showed only the essentials and that gave

only the sort of information that could be absorbed at a glance.” (Kory Olson i <https://www.jstor.org/stable/23018030>; lesedato 25.08.23)

Franske soldater som hadde overlevd 1. verdenskrig, begynte i mellomkrigstiden å reise til Verdun og andre steder som for dem var viktige minner fra krigen. Firmaet Michelin publiserte ca. 40 guidebøker til steder der det hadde vært militære slag. De fleste reiste med bil, og reisene ble oppfattet som en slags “patriotisk pilegrimsreise” (André Rauch i <https://journals.openedition.org/insitu/533>; lesedato 25.08.23). Noen av Michelins guider ble oversatt til andre språk, f.eks. for de som ville reise til mausoleet i Douaumont (etablert i 1927), der beinrester etter ofrene etter slaget ved Verdun er oppbevart.

“Beginning in 1900, the Michelin Guidebooks, rating dining and lodging establishments, were good publicity tools for a company that sold tires and automotive products. (The Guide was also easy to compile, because it could be taken from sales reps’ lists of potential customers for automotive products and advertisements in the Guide.) Automobiles were new technology, and the Michelin brothers recognized that car owners would keep the guides handy if they listed restaurants, hotels, mechanics and garages, fuel and oil providers, and instructions for simple repairs on the road. Hotels, restaurants, garages and gas stations were pleased to publicize the Michelins’ products and distribute the guides, and the garages and gas stations would keep Michelin products in stock for sale, if the guide publicized their businesses. Beginning in 1904, Michelin began extending their guides, over the years adding guides for other French possessions and other countries. The guides were printed in new editions every year except during the two world wars.” (Jim Gordon i <https://www.quora.com/Who-started-the-Michelin-Guide-for-restaurants>; lesedato 16.11.15)

“En gang var Michelin-guiden bibelen. “Det er den eneste guiden som teller”, sa den franske mesterkokken Paul Bocuse en gang på 1960-tallet. Historien om guiden handler om dekkprodusenten som i 1900, da det ikke var mer enn et par-tre tusen privatbiler i Frankrike, begynte å gi ut en kort oversikt over bensinstasjoner, spisesteder og dekkforhandlere langs veien, for å oppfordre til mer bilisme. Med tid og stunder fikk guiden en egenverdi, mat- og hotelldelen ble skilt ut, den ble en bok som begynte å koste penger og som kunne benyttes uavhengig av hva slags gummi du hadde under bilen. På 1930-tallet kom stjernene, én stjerne for en restaurant som er “spesielt god i sin klasse”, to for en restaurant som er “verd en omvei” og tre for en restaurant som er “verd en egen reise”. Var du en del av et fransk eller franskskende velhavende borgerskap på 1950-, 60-, 70- og 80-tallet, kunne du reise rundt i Frankrike med guiden som guide, sikker på at den ville vise deg til de beste stedene, og at du aldri ville få deg noen overraskelser, annet enn behagelige munnfuller *amuse-bouches* og *petits fours*. Michelinstjernene sa noe om kvaliteten på maten, men like mye om opplevelsen – det var en guide for luksusrestauranter. [...] For å klare seg i den nye tiden måtte Michelin gjøre endringer. De følger med i timen, og gir i dag stjerner til gastropuber i London og New York, *street food* i

Singapore og nordiske restauranter uten duk på bordene. Samtidig er de opptatt av å beholde autoriteten. Hele livsgrunnlaget ligger i å være en Guds stemme, en autoritet som ikke begrunner sine vurderinger eller innrømmer at de er opptatt av trender. De lar sine stjerner skinne på de få utvalgte. Kun basert på kvalitet. Michelin-guiden har ikke vært fremmed for all slags innovasjon. Den selvlærte kjøkkensjefen Heston Blumenthal, mannen bak vitenskapelig orienterte Fat Duck utenfor London, kan takke guiden for sin suksess. Da han fikk tre stjerner, hadde han to gjester til lunsj, og ingen anelse om hvordan han skulle betale neste lønning. Han fikk omfattende coaching fra tidligere Michelin-direktør Michael Ellis underveis og Fat Duck var på mange måter Made by Michelin.” (Andreas Viestad i *Morgenbladet* 22.–28. februar 2019 s. 18-19)

“Hver vår gir Michelin ut sin røde guide som rangerer restauranter og hoteller i Europas storbyer. [...] Franskmannen André Michelin ville hjelpe bilister på tur og ga ut en gratis guide til gode verksteder, bra mat og overnatting i 1900. Drøyt hundre år og mange omorganiseringer senere selger Michelin-foretaket en hel serie kart- og guidebøker. Den mest kjente boken har rødt omslag og inneholder en oversikt over spesielt gode restauranter og hoteller verden over. Den leses neppe av særlig mange nordmenn, men blir ivrig fulgt av mange av våre restaurantører. [...] Spisestedet Feinschmecker fikk sin første stjerne for 17 år siden, og [Bengt] Wilson overbrakte nyheten telefonisk til Lars Erik Underthun, for øyeblikket på jobb utenlands. Underthun reagerte med skuffelse. De hadde vært i bransjen en god stund og visste hva stjernejakt kan gjøre med et sted. Derfor hadde de bestemt seg for ikke å ha stjerner i sikte. - Hvis man ikke er erfaren nok til å lene seg tilbake med en stjerne, kan det fort skje at man snur opp ned på ting, blir mer stivbeinte og mister kontakten med gjestene. Strever man for å følge Michelins prinsipper, mener han man kan miste det trivelige ved å drive et sted. Han hevder at franskmenn flykter fra trestjerner restauranter, fordi de er for stive, og at nordmenn som ønsker å oppleve stemningen i et annet land heller bør velge mer uformelle spisesteder.” (A-magasinet 9. mai 2008 s. 24)

“Michelin har myknet opp med årene, de har utvidet horisonten, og gitt sushibarer i Tokyo, med få sitteplasser og én mann bak baren, toppnotering på lik linje med franske palasser overstrømmet av kelnere. [...] [Bent] Stiansen er ikke i tvil om at stjernen betyr mye. Han sier den gir gjestene er referanse de er trygge på, noe som er viktig når nordmenn tar med seg utenlandske gjester. Guiden er særlig ment for forretningsfolk som reiser mye og trenger gode steder å gå med sine forbindelser. [...] Michelin gir ingen forklaring, annet enn de generelle. Råvarene, smaks-komposisjoner, kokkens særegne uttrykk og hva man får for pengene er igjen blitt vurdert, og hvert besøk er unikt. [...] Michelin hevder derimot at de er ekstra nøye når de vurderer å ta bort en stjerne, og at de gjerne kommer tilbake to eller tre ganger. Det samme skjer når de vurderer en ny restaurant for oppføring. [...] Derek Bulmer [...] Michelins mann gjennom 30 år har sett flere restauranter som satser alt på å komme i guiden. De lager maten de tror inspektørene vil spise og mislykkes som regel [...] For Bulmer er guiden blitt en livsstil. Men han bruker sjelden sitt

virkelige navn når han bestiller bord. Det begynner å bli kjent. Foruten å være inspektør, har han vært redaktør for Michelin-guiden som omfatter Europas storbyer, deriblant Oslo, i en årrekke. [...] ett av trekkene ved en Michelin-inspektør er deres anonyme fremtoning. “Det må være et kriterium for utvelgelse av inspektører at de har ansikter man glemmer,” mener Eyvind Hellstrøm” (*A-magasinet* 9. mai 2008 s. 24, 26 og 28)

“På skrivebordet foran inspektør Bulmer ligger et brev fra en guideleser, som sier at Michelin bør reise til Århus fordi de har så mange gode spisesteder der. Flere av Oslo-kokkene mener Michelin bør dra til Sandefjord og Stavanger, men det forplikter. Har selskapet først tatt en restaurant inn i varmen, må de følge opp år etter år, for guidens troverdighet avhenger av brukernes opplevelser. Guidebrukerne må være sikre på hva de får når de søker mot stjernene. Én stjerne betyr “en meget god restaurant i sin kategori”, to stjerner kjennetegner matlaging verdt en omvei, og en restaurant med tre stjerner skal, ifølge Michelin, være verdt en reise i seg selv. Etter guidens vurdering finnes det 68 reiser verdt å ta bare grunnet gode restauranter.” (*A-magasinet* 9. mai 2008 s. 30)

Første versjon av amerikaneren Victor Hugo Greens *The Negro Motorist Green-Book* (1936-1966) “kom i 1936. Det hadde begynt å vokse frem en svart middelklasse i USA, som hadde midler til å skaffe bil og reise rundt i landet. Samtidig fantes det fortsatt en rekke såkalte “sundown towns” og “sundown counties”. Altså segregerte steder der svarte måtte være utenfor bygrensa før *sundown*. Praksisen ble mange steder støttet av lokale lovhjemler, ved siden av “borgervernet” så klart, og var slett ikke begrenset til bare sørstatene. I Harlem bodde postbudet Victor H. Green. Han brukte fritiden på å notere navn og adresse på etableringer drevet av afroamerikanere, eventuelt av hvite som var vennlig innstilt til svarte. Restauranter, hoteller, verksteder, campingplasser og andre leverandører av nødvendige tjenester. I 1936 samlet han listene i en bok. Utgave nummer én tok for seg New York-området, og ble en suksess. Den grønne boken ble en årlig utgivelse, og Green utvidet konseptet. Allerede i 1938 inkluderte boken lister fra alle delstater øst for Mississippi-elva. Bøkene er ordnet geografisk-alfabetisk og tematisk. Først Alabama, og byen Andalusia – som har ett “Tourist Home” som eneste oppføring. Deretter Birmingham, som kan skilte med fire hoteller: Dunbar, Fraternal, Palm Leaf og Rush. I forordet skriver Green at boken skal bli en komplett guide. Han oppfordrer alle til å sende inn informasjon om forretninger som fortjener plass i neste utgave. I 1939 ble også vestlige stater inkludert, og etter hvert som bilens storhetstid nærmet seg, vokste også etterspørselen etter Greens grønne bok. På 1960-tallet ble de rasistiske Jim Crow-lovene fjernet, og situasjonen for de svarte ble gradvis bedre, tross alt. Behovet for boken var ikke like sterkt, og siste utgave kom i 1966. Men fra 2017 har bøkene blitt gjenutgitt, med gode salgstall. [...] I tillegg inkluderer den et bemerkelsesverdige miniessay om bilens betydning for afroamerikanerens frihet. [...] Utgaven inneholder en konkret opprøpning av den reisendes rettigheter, og sanksjons-

mulighetene ordensmakten har mot folk som bryter de ikke-diskriminerende lovene.” (Marius Lien i *Morgenbladet* 13.–19. august 2021 s. 46)

Noen av de tyske angrepene på Storbritannia i april 1942 ble kalt “Baedeker raids on Britain” (Knuth 2003 s. 245). “The Baedeker blitz: How a tourist guidebook inspired Nazi bombing raids on Britain [...] Nazi leader Adolf Hitler launched a vindictive plan to destroy Britain’s most historic sights, hoping to destroy the nation’s morale. [...] Dubbed the Baedeker raids, after the popular travel guides, the aim was to reduce the beautiful cities of York, Norwich, Exeter, Canterbury and Bath to ashes. Nazi propagandist Baron Gustav Braun von Sturm proudly boasted: “We shall go out and bomb every building in Britain marked with three stars in the Baedeker guide.” Often overshadowed by the Blitz on cities such as London and Coventry in 1940-41 [...] But while Hitler’s bid to destroy our heritage left many lives and buildings wrecked – it would not crush the resolve of the nation to fight on and ultimately ended in failure.” (James Moore i <http://www.express.co.uk/news/history/793037/Baedeker-blitz-Nazi-bombing-raids-Canterbury-Norwich-York-Bath-tourist-guidebook>; lesedato 09.11.17)

“By the turn of the twentieth century, the classic Michelin Guides appeared, followed by Hachette’s Blue Guides at the end of World War One. In 1936, Eugene Fodor, an American travel writer, began to sense that guidebooks had placed too much emphasis on history and not enough on culture. In the introduction to his guidebook *On the Continent*, Fodor wrote: “We have proceeded on the assumption that your thirst for historical knowledge is nothing like your thirst for the beer of Pilsen or the slivovitsa of Belgrade.” Arthur Frommer, an attorney in the U.S. Army, was another who thought travelers should mix and mingle with the local culture. In 1957, he produced a travel guide for American GIs based in Europe titled *Europe on \$5 A Day*, and followed it up with a civilian version shortly after. In addition to providing budget travel tips, the book encouraged travelers to stay at local bed and breakfasts and introduce themselves to other guests. Over time, the guides have evolved into guidebooks for travelers of all income levels. Most Frommer guides these days don’t carry a dollar-a-day price but those that do have raised the tour price significantly. The San Francisco guide is now \$70 a day, and Ireland is \$90. Last year, Frommer published a 50th anniversary edition of *Europe on \$5 A Day*, which is already scarce. [...] Travel guides should not be confused with travel narratives, which were popular with armchair adventurers in the 19th and early 20th centuries. Guides tell you where to go and why.” (Scott Brown i <http://www.abebooks.com/docs/RareBooks/Avid-Collector/Apr08/travel-guides.shtml>; lesedato 05.08.15)

“Before Baedeker perfected the vacation travel guide, many authors published “stranger’s guides” to cities and sites around the world. These were aimed mostly at business travelers and typically listed the roads and primary establishments in a town. [...] Initially, Karl Baedeker published his travel guidebooks with various bindings. In the early 1840s, they were bound in yellow boards with intricate black

graphics. These were known as “Biedermeier” bindings [...] Murray’s guides were the British take on Baedeker’s idea. They even co-published one book in the 1860s. [...] Daniel Appleton, an American publisher, didn’t assume all travelers were rich, traveling alone and off on the grand tour of Europe. He focused on American cities and noted children’s admission prices and fares in addition to adult prices. [...] Emigrant Guides promoted newly settled areas in the American West as great places for new farms or gold mines or cattle ranches – anything the publishers could dream up. [...] The French publisher Hachette launched its series of *Guides Bleu* in 1918. [...] Among the modern guidebooks, Eugene Fodor’s *On the Continent*, published in 1936 in London, is one of the key prizes for travel-guide collectors, and it’s virtually impossible to find. [...] Arthur Frommer produced a travel guide for American soldiers in 1957, which he later rewrote as *Europe on \$5 A Day* for civilian travelers. This book launched what has become a hugely popular series. [...] Famous for its star ratings of restaurants – introduced in the 1930s – Michelin guides began as freebees, designed to encourage travel by automobile so that the company could sell more of its main product – tires. [...] *Lonely Planet Guides* is a British brand, started by Tony and Maureen Wheeler in 1973. The first *Lonely Planet* guide was *Across Asia on the Cheap*, written on the Wheelers’ kitchen table.” (Scott Brown i <http://www.abebooks.com/docs/RareBooks/Avid-Collector/Apr08/travel-guides.shtml>; lesedato 05.08.15)

I 2009 “the UK market is dominated by three guidebook publishing brands: Lonely Planet (purchased by BBC Worldwide in 2007); Rough Guides and Dorling Kindersley (both imprints of Pearson); and AA Publishing. In the US market, Fodor’s (owned by Wiley) and Frommer’s (part of Bertelsmann) follow Lonely Planet in market share. In reference publishing the brand is vital to market success because a strong brand secures repeated purchases and wide stocking of destination-specific books.” (Alačovska 2013 s. 13)

“Lonely Planet har Preikestolen [i Rogaland] øverst på sin liste over “most breathtaking viewing platforms” – altså det mest fantastiske utsiktspunktet i verden. Lonely Planet Publications er et forlag som gir ut reisehandbøker om land og byer i hele verden. Deres reisehandbøker brukes mye av backpackere. Til og med 2004, hadde forlaget publisert rundt 650 titler om 118 land med et årlig salg på ca. 6 millioner guidebøker. Under Preikestolen på listen finner vi følgende turistattraksjoner og utsiktspunkter:

- Sky Tower, New Zealand.
- Illawarra Fly Treetop Walk, Australia
- Grand Canyon Skywalk, Arizona, USA
- Knife-Edge Point, Victoria Falls, Zambia

[...]” (*Stavanger Aftenblad* 10. april 2015 s. 13)

Briten Charles Packe skrev *A guide to the Pyrénées, especially intended for the use of moutaineers* (1862). Den britiske fjellvandrer John Ball skrev bokserien *Guide to the Western Alps* (1863), *Guide to the central Alps* (1864) og *Guide to the eastern Alps* (1868). Balls tre bøker inneholder mange praktiske råd, men omhandler også zoologi, botanikk, geologi og meteorologi. Briten Edward Whymper besteg flere alpetinder som førstemann. Han skrev bøkene *Chamonix and the range of Mont Blanc: A Guide* (1896) og *The valley of Zermatt: A Guide* (1897). Begge ble oversatt til fransk (<http://babel.revues.org/1971>; lesedato 10.04.15).

Conway and Coolidge's climbers' guides kom i 18 bind i perioden 1890-1910 og handler alle om ulike deler av Alpene, og alle ble gjenoptrykt flere ganger (<http://babel.revues.org/1971>; lesedato 10.04.15). Bøkene var skrevet for fjellvandrere og -klatrere.

Amerikaneren Thomas Bridgeman ga i 1835 ut boka *The Florist's Guide: Containing Practical Directions for the Cultivation of annual, biennial, and perennial flowering plants, of different classes, herbaceous and shrubby, bulbous, fibrous and tuberous-rooted; including the double dahlia, green-house plants, etc.* Senere publiserte han guidebøker om planting av frukttrær m.m.

NAF (Norges Automobil-Forbund, stiftet 1924) sin veibok “trykkes i et opplag på seks hundre tusen eksemplarer, og er, som før, landets mest utbredte enkeltpublikasjon. Årets er gul. 1970 var lyseblå. 1947 grønnlig. [...] Veiboken er eksklusiv for medlemmer av NAF. [...] I de gamle sto det mye mer om selve veien. “Der er det grus.” “Der er den dårlig og man bør holde seg unna om man har sitt kjøretøy kjært.” [...] lese om stedene i de gamle veibøkene: “Nøkler fåes i første hus efter svingen.” “Kortevareforretning til høire.” Det blir til at man sammenligner med hvordan stedet ser ut nå, ikke minst de stedene som lå ved hovedveien, men ikke lenger gjør det. [...] Per Roger Lauritzen [...] er redaktør av de siste tre utgavene av NAFs veibok. [...] - Det som undrer oss litt, er at interessen for Veiboken er forbløffende stabil i vår digitale tidsalder. Den situasjonen, som så mange kjenner, at en *co-driver* sitter og blar og leser opp for sjåføren og for alle som er i bilen, setter forbausende mange pris på. Vi har spurt, i fokusgrupper og gjennom markedsundersøkelser: “Hvis du ikke fikk Veiboken, ville du ha vært medlem?” Såpass mange svarer “nei” at vi har holdt på den ordningen vi alltid har hatt: at boken er for medlemmer, eksklusivt. [...] du skal være forsiktig med å gjøre store forandringer med en bok som ligger i 700 000 norske biler og som folk er så vant til. [...] For å forvise seg om at ikke bare kartet, men også teksten var i samsvar med terrenget, kjørte bokens daværende redaktør, Erling Welle-Strand, i årene 1967 til 1969 1600 mil utstyrt med “skrivemaskin og lydbåndopptager”. Han satt der altså for seg selv og talte inn avvik og nyetableringer, som for eksempel de

mange Esso-tavernaene som dukket opp på den tiden.” (Håkon Gundersen i *Morgenbladet* 3.–9. juli 2020 s. 19-23 og 25)

“Norges Automobilforbunds (NAF) sine nye reisehåndbøker (i samarbeid med Cappelen Damm) *Norges beste bilturer*, *Norges beste omveier* og *Norges beste utsikter* [...] guidebøker, som også skal tjene som inspirasjon [...] Kart er alltid fine, og det er et pluss her. Det samme er mange av de uthevede anekdotene eller informasjons-blokkene [...] Om ikke lenge tror jeg vi kommer å se at informasjon om veivalg, kart og andre innslag av praktisk karakter skilles ut og distribueres på digitale flater. [...] Kunne ikke du tenkt deg en hyggelig liten podkast om reisemålet du er på vei til? Det finnes trolig fortsatt et publikum for de tradisjonelle veibøkene, men jeg er redd de for det meste havner i hanskerommet. Det er synd, for innholdet i dem fortjener en bedre skjebne.” (Bjørn Moholdt i <https://www.way-2-go.no/products/guideboker-til-glede-og-besvaer/>; lesedato 01.09.21)

Johan Kaggestad og Hans Petter Bakketeigs bok *Røff guide til Tour de France 2012* (2012) “gir deg alt du trenger av fakta, analyse og bakgrunn om etappene, regionene, byene, fjellene og selvsagt om favorittene til de ulike trøyene. Sykkelekspert Johan Kaggestad gjør nye dypdykk i sykkelfaglige emner, og boka er full av utrolige fortellinger fra rittets hundreårige historie. Boken inneholder også kart, løypeprofiler og mange nyttige tips til den reisende “touristen”.” (<http://www.schibstedforlag.no/>; lesedato 22.05.12) Bl.a. gir boka informasjon om hvor det lønner seg å stå oppstilt for å få sett mest mulig av de ulike sykkeletappene.

“Mye form og enda mere innhold! Dette er en av de mest suksessfulle guidebokseriene det siste tiåret. Over 30 titler inngår i Gyldendals reisehåndbokserie, som er Dorling Kindersleys Eyewitness guidebøker i norsk oversettelse. Bøkene legger sterk vekt på det visuelle, og inneholder rikelig med tegninger, bilder og kortere tekster, hvilket gjør at de fungerer utmerket for den som ønsker mye, men samtidig lett tilgjengelig informasjon. Bøkene er fine å planlegge reisen etter, nyttige underveis på turen og flotte å beholde som en souvenir i etterkant. [...] Gyldendals reiseguider er den perfekte følgesvenn på reisen. De er spekket med informasjon og hjelper deg til å få så mye som mulig ut av reisen, både før, under og etter. Serien omfatter byguider, områdeguides og landsguider.” (<http://www.nomaden.no/>; lesedato 30.01.15) De første bøkene i denne serien ble lansert i 1993, og i 2007 ga Dorling Kindersley ut tittel nr. 100. Det var da solgt 45 millioner av bøkene på verdensbasis, inklusiv oversettelser til over 30 språk (*Bok: Et magasin fra Norli om bøker* 2008 s. 7).

Barnas *Bli med*-serie (*Barnas Danmark*, *Barnas København*, *Barnas Athen*, *Barnas Mallorca* etc.) er “reiseguider for barn fra 6 år og oppover. Bøkene er lagt opp etter det smarte Gatelangs-konseptet. Her er flotte, fargerike tegninger og lærerike tekster. Med egne guider vil barna få en enda mer opplevelsrik reise.” (<https://bokelskere.no/bok/barnas-athen/36256/>; lesedato 27.02.15) *Barnas Athen* (på norsk 2007) er skrevet og illustrert av Michal Brix.

“Journalist Eivind Eidslott er kommet med en ny friluftsbok – “Fjellbarna: Guiden til familiefriidriftsliv året rundt” [2010]. Boka er basert på hans egne erfaringer som trebarnsfar, samt intervjuer med andre friluftsfamilier. Her får man tips om hvordan tilrettelegge turene så barna har glede av dem, samt råd om klær og utstyr. Boka tar blant annet for seg sykling, skogsturer, skiturar, klatring, fiske, padling, fjellturer og telting.” (*Dagbladet* 4. oktober 2010 s. 29)

“Eigarane vil ikkje at dette skal vere eit turmål – tek saka til retten [...] Søskenpar finn seg ikkje i at fjellgarden deira dukka opp i turbok. I dag tek dei forlaget til retten. [...] - Vi har ei god sak og stolar på at retten kjem med ei god avgjerd, seier Torkjell Djupedal, som er forleggar i Selja Forlag. I dag møter han søskenparet som eig garden i retten. Bakgrunnen for saka er boka “Opptur i Indre Sunnfjord” der fjellgarden til søskenparet er ført opp som eit turforslag. Garden, som søskenparet nyttar som feriebustad delar av året, ligg i pittoreske omgjevnader med utsikt til fjord og fjell i Sunnfjord. Spørsmålet retten skal ta stilling til er kor vidt forlaget har krenka privatlivets fred ved å liste opp fjellgarden som eit mogleg turmål. - Det bur ikkje folk der, så det finst ikkje noko privatliv å verne om, sa Djupedal til lokalavisa Firda i fjor haust. NRK har vore i kontakt med søskenparet, som tidlegare har vore klare på at dei vil ha minst mogleg trafikk til garden. [...] Eierne har hverken vært forespurt eller informert om tur 03-01 eller andre turguider.” (<https://www.nrk.no/vestland/eigarane-vil-ikkje-at-dette-skal-vere-eit-turmål--tek-saka-til-retten-1.15726027>; lesedato 15.11.21)

“White Guide korar Sveriges bästa Caf er i ny guidebok [...] I den nya guideboken kommer de 150 bästa svenska caf erna att presenteras och po ngbed mas enligt en unikt testsystem. [...] Redakt r  r Lena Ilkjaer, tidigare chefredaktör på tidningen RS: - Det ska bli spännande att få möjlighet utvärdera och presentera alla dessa skickliga konditorer och baristor i samma bok, säger Lena Ilkjaer.” (<http://www.whiteguide.se/nyheter/white-guide-korar-sveriges-basta-cafeer-i-ny-guidebok>; lesedato 26.08.15)

Magdalena Ribbings *Nya Stora Etikettboken: Raka r d och enkla regler till vardag och fest* (2005) ble presentert slik av forlaget: “N r måste man tacka? Hur mycket kan man avvika? G r det att bjuda bara den ena i ett par? Med kunskap följer säkerhet, alla blir trevligare av att känna sig trygga. Magdalena Ribbing, Sveriges främsta stil- och etikettexpert, delar generöst med sig av sin unika kunskap om alla slags sociala möten, från sammanträden till bröllop. Självklart för de stora stunderna i livet – förlovning, dop, konfirmation, student och begravning – stort utrymme. Som v rd f r du veta allt om att arrangera och genomföra ett lyckat kalas – från att formulera inbjudningar till att duka ett vackert middagsbord och få gästerna att trivas. Som gäst f r du kunskap om att skriva svars- och tackkort, tips om lämplig g bortsresent samt handfast hjälp till ett bra bordsskick och att hålla intressanta tal. Ett utförligt kapitel ägnas kläder och vilka koder som gäller. För den som  r på resa eller tar emot utländska gäster innehåller boken rikligt med

internationella utblickar om seder i andra länder. Och visst är det bra att känna till affärslivets umgängeskoder och den akademiska världens strikta ritualer [...] Barnfamiljen, liksom ny- och styvfamiljen, är kapitel för sig. Därutöver finns specialtexter om e-post, mobiltelefoni och konsten att umgås i offentliga miljöer. [...] läsning för alla som är intresserade av folkvett och fitness, av umgängeskunst och social kompetens, i såväl formella som informella sammanhang. Använd boken som uppslagsverk, ett fylligt register gör det lätt att snabbt hitta svar på alla frågor. Boken är rikt illustrerad med informativa teckningar och fotografier.” (<https://www.forum.se/bocker/155587/nya-stora-etikettboken/>; lesedato 05.11.22)

Jennifer Crilleys *The Seeker's Guide to Bartending: Increase Joy, Financial Abundance, and Personal Growth* (2015) “is a unique guidebook that takes advanced spiritual wisdom and breaks it down into practical information for bartenders. It assumes the reader understands basic bartending skills and instead focuses on customer interactions, opportunities for personal growth, and offers higher perspectives on the job. Its aim is to demonstrate how to use the bar as a laboratory for conscious evolution by offering activity sections throughout the book and incorporating quotes from spiritual teachers of several faiths. This guidebook serves as a tool that readers can continually revisit time after time to gain a greater understanding of themselves, increase financial abundance, and find joy in their work.” (<http://www.theseekerguides.com/#!/home/mainPage>; lesedato 18.08.15)

Glenn McRae og Hollie Shaners bok *Guidebook for Hospital Waste Reduction & An Ounce of Prevention* (1996) “provides you with tools, guidelines and information to help you navigate through the regulatory and financial maze, associated with establishing a waste-management program for your facilities. [...] This book will illustrate a basic, but comprehensive, approach to implementing waste reduction and recycling strategies in health care facilities. Definitions will be given to terms in waste management world. Learn how to cut costs, improve productivity and understand the waste management system.” (<https://ams.aha.org/eweb/>; lesedato 15.09.15)

“In the aftermath of the September 11 events, the menace of terrorism subjected guidebook publishing to irreversible losses. Guidebook sales plunged and have flagged or stagnated ever since (Mesquita, 2009). At the same time, digitization loomed ever larger. Independent publishing companies faced severe financial obstacles to investing in new titles or keeping abreast of digitization, which now seemed inevitable, with distribution channels, such as bookstores, dwindling, and vast amounts of travel-related content available free of charge online. The needs for market share and building economies of scale, as well as the lack of digital know-how, pushed family-owned small companies to sell out to publishing conglomerates. At the outset of 2000, Frommer's came under the ownership of Wiley; immediately thereafter, Fodor's was acquired by Random House/Bertelsmann, BBC Worldwide took over a majority stake at Lonely Planet, while Rough Guides and Dorling Kindersley were acquired by Penguin/Pearson. [...] In

full possession of the rights, publishers freely experimented with digital repackaging of travel content in different formats and revenue streams other than the printed book, such as downloadable pdf chapters, podcasts, audio walking tours, augmented reality e-books, mobile apps, and apps with locative media. With their impending danger of becoming obsolete, travel guidebooks easily lent themselves to digital media and the prospect of immediate updating. Not least, digitization allowed readers to forgo carrying around voluminous physical books.” (Ana Alacovska i <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/cccr.12004/pdf>; lesedato 21.08.15)

“Da David K. Lynch kom hjem fra jobb 17. januar 1994, var huset hans delt i to. Vegger hadde skilt lag fra tak og gulv [...]. Han bygget huset opp igjen i Topanga Canyon, et hippiesamfunn i Santa Monica Mountains mellom Stillehavskysten og Los Angeles’ San Fernando Valley. Beliggenheten gjør Topanga utsatt for flom og skogbranner og sårbar for gnisningene mellom Stillehavsplatene og Den nord-amerikanske platen. Jordskjelvinteressen har fått Lynch til å utgi en guidebok til San Andreas-forkastningen og lage et nøyaktig kart over linjen fra Sør- til Nord-California der kontinentalplatene møtes.” (*Dagens Næringsliv* 7. mars 2015 s. 27)

Robert Thorsons *The Guide to Walden Pond* (2018) handler om Walden Pond like utenfor Concord, Massachusetts, der Henry David Thoreau levde i en hytte i to år. “Nå kan man legge ut på denne turen med en rykende fersk guidebok like tykk som den amerikanske klassikeren [*Walden; or Life in the Woods*], og lese om Thoreau *in situ*.” (*Morgenbladet* 16.–22. mars 2018 s. 50)

“Travel guidebook publishers were among the first to experiment with different vehicles of content delivery, including CD-roms, disks, web sites, publishing-on-demand, and similar. With vast amounts of travel-related information available for free online, travel guidebook publishers strengthened the *brand* ever more intensively as an index of content quality. The recent proliferation of navigation-enabled locative media and handheld devices has provided the platforms travel publishers long wished for. They have opened up further possibilities for new, potentially lucrative, revenue streams – ebooks, interactive guides, and augmented reality applications.” (Alacovska 2013 s. 13)

“Laget egne guidebøker[:] Sportsutstyrbutikken vpg.no, som holder til i Oppdal, har utarbeidet flere egne guidebøker; en egen klatrefører, isklatrefører, padlefører og stisykkelfører for Oppdal. Også områder i Sunndal og Rennebu er med i de solide bøkene illustrert med gode bilder. - Målet er at flere skal la seg friste av å bruke naturen i Oppdalsregionen, sier Trygve Sande i vpg.no.” (*Adresseavisen* 18. juli 2015 s. 12)

“Du har sikkert av og til lurt på hva den flate, blodige pelsdotten du nettopp kjørte over egentlig var for slags dyr. Hvis dette plager deg ofte, eventuelt hvis du kunne tenke deg å bruke en hel ferietur til å obfusere overkjørte dyrelik på amerikanske

highwayer, er “Flattened Fauna: A Field Guide to Common Animals of Roads, Streets, and Highways” av Roger M. Knutson verdt å sjekke. Den tar bare for seg nordamerikansk roadkill, men boka kan også ha en viss overføringsverdi til europeiske forhold. Guideboka gir et overblikk over veifaunaens historie og sannsynlige framtid, og med egne kapitler for artsbestemmelse av overkjørte slanger, reptiler og amfibier (med et eget underkapittel om flate alligatorer), og til slutt pattedyr, fungerer den utmerket som en veiledning til alle de millioner av fremmedgjorte mennesker som sjelden ser et vilt dyr som ikke er flatet ut av dusinvis av kjøretøy foran dem og stekt av sola til en ugjenkjennelig veipizza med pels- eller fjærfyll. Boka inneholder en rekke nyttige verktøy for å skille et knust ekorn fra ei flat rotte, og det du trodde var en grevling fra en overvalset vaskebjørn. [...] De lange familiebilturene, en gang en prøve på foreldretålmodighet og oppfinnsomhet, kan nå bli like spennende som et besøk i Serengeti, ifølge Knutson. Loggboka til en roadkill-entusiast i California avslørte 9 reptiler, 58 fugler og 161 pattedyr på en 75 mil lang biltur. Den gjeldende verdensrekorden for endagsobservasjon av pattedyr-roadkill er fra 1933, nær Boise, Idaho, med 598 kaniner langs en 80 kilometer lang tofelts asfaltvei. Knutsons bok er til tider herlig kynisk med sitatvennlige setninger som denne: Veifaunaen avhenger fullstendig av rekruttering snarere enn reproduksjon for sin “overlevelse.” (Erik Foyland i *Dagbladet* 13. juli 2016 s. 52)

Humorboka *Molvania: Et land urørt av moderne tannpleie* (på norsk 2012) av Santo Cilauro, Tom Gleisner og Rob Sitch er skrevet som en reisehåndbok. Landet Molvania finnes ikke. Boka følger sjangertrekkene til en reisehåndbok. På baksida av den norske utgaven står det: “Molvania, polkaens og kikhstens hjemland, blir ofte oversett som turistmål, men takket være denne oppdaterte Jetlag-reiseguiden kan nå alle som har lyst, nyte en av Sentral-Europas best bevarte hemmeligheter. Denne boka inneholder alt du trenger å vite om denne mystiske republikken man bare kommer til med fly eller ved et rent uhell. Noen smakebiter: Nyttige uttrykk: Sprufki Doh Craszko? (“Hva er den lukten?”) Spisesteder: Generelt sett er det billig å spise ute i Molvania, men i noen av de større byene forventes det at du betaler litt ekstra for en kelner med bart. Innkvartering: Hotjl Palfvi er et 250 år gammelt karmelittkloster som er smakfullt pusset opp med et godt øye for tidsriktige detaljer. For eksempel er hvert rom utstyrt med et digert trekors som skjuler en velutstyrt minibar. Kultur: Nasjonalsangen ble valgt i 1987 etter en konkurranse. Melodien er hentet fra låta “What a feeling” fra filmen Flashdance, og tredje vers er valgfritt.” (<http://www.bookcrossing.com/journal/10510677/>; lesedato 14.07.16)

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

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