

Bibliotekarstudentens nettleksikon om litteratur og medier

Av Helge Ridderstrøm (førsteamanuensis ved OsloMet – storbyuniversitetet)

Sist oppdatert 06.08.19

Dette dokumentets nettadresse (URL) er:

<https://www.litteraturogmedieleksikon.no/cm4all/uproc.php/0/kolportasje.pdf>

Kolportaselitteratur

Litteratur solgt av omreisende selgere. Noen solgte kun hefter/bøker, andre i tillegg mange andre varer.

Det ble trykt verk som var spesielt beregnet for kolportasje. Store deler av den franske kolportaselitteraturen ble trykt i byen Troyes sørøst for Paris. Troyes ble den sentrale byen for produksjon av kolportaselitteratur i overgangen mellom 1500- og 1600-tallet, med trykkeren Nicolas Oudot som en pioner (Darmon 1972 s. 75; Barbier 2000 s. 133). To ledende trykkerier i Troyes var Oudot og Garnier (Mouralis 1975 s. 39).

I kolportaselitteraturen holdt bruken av tresnitt seg mye lenger enn i bøker trykt for et borgerlig, belest marked (Fontaine 1994 s. 59). I Frankrike ble kolportaselitteraturen kalt “Det blå bibliotek” (“La bibliothèque bleu”) på grunn av fargen på omslagene på de heftene som kolportørene solgte. Bøkene ble trykt med ganske nedslitte bokstav-metalltyper, samt på så dårlig papir at blekket ofte fløt litt ut (Mouralis 1975 s. 39). Denne litteraturen ble solgt til bønder og fattige i byene fra 1600-tallet til langt inn på 1800-tallet. Det var forholdsvis mange sjangrer som ble solgt i Det blå bibliotek: kalendere, historier basert på folkelige, muntlige fortellinger, romaner basert på gamle epos, helgenberetninger, profetier og praktiske guidebøker for ulike formål (Fontaine 1994 s. 85). Litteraturen egnet seg for personer med lite leseferdighet, det blant annet de faste sjangermønstrene gjorde det lettere å tilegne seg innholdet (Graf 1995).

Det fantes “pocketutgaver” i størrelsen ca. 10 x 15 cm (Darmon 1972 s. 141). Betegnelsen “Det blå bibliotek” skal stamme fra trykker-familien Oudot i Troyes i 1602 (Quinsat 1990 s. 314). Den blå fargen fungerte som et bevis på at bøkene var lovlige, tillatt å selge (Darmon 1972 s. 71).

Noen bøker lærte folk enkel matematikk, andre var enkle ABC-bøker, beskrivelser av kortspillregler og regler for terningspill, instruksjoner til tryllekunstner, elendighetsbeskrivelser av forskjellige yrker (baker, skredder osv.), andre bøker inneholdt råd til medisiner for folk og fe, inklusiv bøker om magisk helbredelse (i

noen tilfeller inspirert av Kabbala) (Darmon 1972 s. 138-139). Det ble også solgt humorbøker med burleske gravtaler eller ekteskapskontrakter, preker og ordspill (Darmon 1972 s. 139). En artikkel av den franske forskeren Daniel Roche er kalt “Den blå latteren”, etter “Det blå bibliotek”. Latteren gjaldt det som var fremmed og annerledes, og var en latter uten noen implisitt samfunnsprotest til tross for at leserne var fattige og undertrykte (Roche i Andries 2000 s. 32). Noen av de kristelige bøkene inneholder salmelignende sanger lagd til melodiene i populære verdslige franske sanger som “Min flaske vekker meg” og “Vinen og jeg er gode venner” (Darmon 1972 s. 139). Disse bøkene var antakelig ikke humoristisk ment.

Litteraturen bestod av “almanakker, verk om medisin, astrologi, profetier, trolldom, fromhetsbøker, samlinger av matoppskrifter, samlinger av regler for ulike spill, reiseguider, bøker om drømmetydning, verk om kjærlighet, manualer om “barnlig” høflighet, “kristen” og “ærbar” oppførsel, brevformularbøker for livets forskjellige anledninger, eventyr, romaner inspirert av overnaturlige eller historiske hendelser, dramatiske dialoger, burleske verk: testamenter, eiendomslistor, parodier på prekener og belærende traktater.” (Mouralis 1975 s. 39) Eposet *Rolandsangen* og andre middelaldertekster fantes i folkelige, lettlesede utgaver som ble solgt av kolportører i Frankrike gjennom århundrene (Maurice 1992 s. 123).

Tyskeren Diebold Lauber produserte i perioden 1425-67 en lange rekke illustrerte kjærlighets- og heltehistorier (Lüdeke 2011 s. 290). Disse fungerte som kolportasjebøker.

Store deler av befolkningen kunne gjennom århundrer knapt lese. “If they had a rudimentary reading ability, they applied it to reading blood-letting tables, rules for the weather and sowing, and devotional works sold at market and by pedlars, as well as chapbooks both spiritual and secular in character. Many provincial publishers, particularly those in Germany, published dozens of these little chapbooks. However, like the *Bibliothèque bleue* in France, even the chapbook ‘was not necessarily bought to be read, or at least not to be read carefully, precisely, and within an attention to the letter of the text’, but ‘a person of weak reading skills, who could assimilate only brief, elementary bits at one time, could find satisfaction in a minimally cohesive text without attaching too much importance to its incoherent aspects’. In fact, with time the contents of these booklets underwent textual modifications that anticipated the change in reading habits.” (Wittmann 1999 s. 290)

“The ballads and chapbooks sold at fairs and from house to house by chapmen contained many titles [...] Most chapbooks and ballads, even those abridged from longer works of famous authors, were printed without any author being named, and most were undated.” (Towheed, Crone og Halsey 2011 s. 220-221)

Margaret Spuffords *Small Books and Pleasant Histories* (1981) “examines the profits made by these publishers, the scale of their operations, and the way the

‘small books’ were distributed throughout the country. It also examines their content, and compares the English chapbooks with their French counterparts. By so doing, the author throws light on one of the influences at work on the seventeenth-century villager, and illuminates some of the concepts and imagery that formed the imaginative stock-in-trade of the man behind the plough.” (<http://www.cambridge.org/us/academic/subjects/history/>; lesedato 22.06.16)

En del bøker handlet om drømmer og tolking av dem, profetier og lignende, blandet med konkrete råd for bønder, handelsmenn osv. Disse bøkene lignet ofte på eller overlappet med almanakker. Slike tekster ble i mange tilfeller skrevet på rim for å gjøre det lettere å lære dem utenat (Andries og Bollème 2003 s. 129). Profetier av Nostradamus har blitt solgt av kolportører, sammen med tekster av Pytagoras, profeten Daniel, av mystikere osv. Svært mange bøker fulgte opp folks overtro, f.eks. finnes det kolportasjelitteratur som lister opp datoer som er “gode dager” og “farlige dager” for å utføre bestemte aktiviteter, som å kjøpe, selge, så, høste eller begi seg ut på reise (Andries og Bollème 2003 s. 819). En tekst forutsier at et monster skal stige opp av havet (Andries og Bollème 2003 s. 821). En annen tekst har en matematisk tabell som skal gi folk informasjon om en gravid kvinne kommer til å føde ei jente eller en gutt; i tabellen med tall og bokstaver skal leseren blant annet basere seg på farens og morens navn (Andries og Bollème 2003 s. 872). Oppsiktsvekkende boktitler egnet seg til å bli skreket høyt av kolportørene for å tiltrekke seg oppmerksomhet og øke salget (Andries og Bollème 2003 s. 129).

“The picture of life they offer is harsh and violent, full of unexpected tragedies, murders, seizures of women, tricks, knaveries, and luck. They tell tales of chance encounters with princes, poor men becoming rich – *Fortunatus* has a purse which refills whenever it is empty and a wishing cap which can whisk him to wherever he desires to be. Few of the old stories suggested that a man could raise himself by merit and hard work rather than by drawing a winning ticket in the lottery of life.” (Towheed, Crone og Halsey 2011 s. 222)

Verk som *De nysgjerriges palass* og *Forklaring av drømmer* var på 1600-tallet enorme suksesser for kolportørene; begge verkene forklarer hvordan underlige drømmer skal forklares for å gi mening (Andries og Bollème 2003 s. 145). Mange helgenbiografier solgte også godt, f.eks. *Sankt Alexis’ liv*, men noen slike verk ble primært solgt langs pilegrimsruter (Andries og Bollème 2003 s. 205).

Noen titler: *Den gamle og den nye nøkkel til drømmer*; *Den hvite magi*; *Den habile kokemester*; *Presten Chanus fall fra himmel til helvete*; *Den merkelige ekteskapskontrakt*; *Karnevalets trompet*; *Bilde av den ekteskapelige kjærlighet*; *Kvinnens ondskapsfullhet*; *Den anstendige kjærlighetens hage*; *Katekisme for voksne jenter for å bli gift, utvidet med hvordan tiltrekke seg elskere*; *Usvikelig profet for det vakre kjønn* og *De elskendes katekisme, eller kunsten å lykkes i kjærlighet* (Darmon 1972 s. 139 og 146-147). Den sistnevnte boka handler om

hvordan en mann skulle nærme seg en ung kvinne, konversere med henne på respektfullt vis og bli likt av henne.

Ifølge den tyske forskeren Rudolf Schenda i *Folk uten bok: Studier i populært lesestoffets sosialhistorie 1770-1910* (1970) var det langt fra alltid at et verks tittel holdt det som tittelen lovet (her gjengitt fra Graf 1995). Dette er det samme knepet som mange aviser bruker i sine overskrifter for å fremme spontankjøp av nysgjerrige lesere.

“The 1596 anthology of pre-clamp-down ballad versions of longer works, *The Garland of Good Will*, was still available in the romantic period [begynnelsen av 1800-tallet], having apparently been continuously available for over two hundred years. Innumerable thousands read the romance of *Argalus and Parthenia* who had never heard of of Sidney’s *Arcadia* from which it had long ago been abridged. *Dorastus and Fawnia*, an abridgement of Robert Greene’s *Pandosto* (1592) was still being reprinted every few years.” (Towheed, Crone og Halsey 2011 s. 222)

Den franske kolportasjelitteraturen fra slutten av 1600-tallet og framover befestet med sitt innhold normer knyttet til sosiale hierarkier, alder, kjønn, og ikke minst sømmelig oppførsel overfor høyere sosiale klasser (preget av respekt, ærbødighet osv.). Litteraturen bidro til å sosialisere leserne inn i standssamfunnet og å finne sin ydmyke plass der (Andries og Bollème 2003 s. 21). En medisinsbok trykt i 1625, *Den barmhjertige medicin*, som ble solgt av franske kolportører, inneholdt en liste over redskaper og ingredienser som den fattige burde ha i sitt hus, og en annen liste over det som den rike burde ha. Slik viste boka det brutale skillet mellom samfunnsklassene (Andries og Bollème 2003 s. 91).

Noen av skriftene handlet om spektakulære drapssaker, f.eks. mordet på den katolske hertugen Guise på 1500-tallet; disse skildringene hadde nesten alltid illustrasjoner og ble solgt til en lav pris (Oudin 2010 s. 50-51).

“Among the most popular titles [i tsartidens Russland] were *Iliu Muromets*, *The Little Hump-Backed Horse*, *Ivan the Knight*, *The Lion Who Raised the Tsar’s Son*, and finally *The Story of Ivan the Tsar’s Son, the Firebird and the Grey Wolf*. [...] One example of a folk tale that was radically revised in a lubok edition was the story *Ivan the Knight, His Fair Spouse Svetlana, and the Evil Wizard Karachun*, which was published over fifty-five times during the nineteenth and early twentieth centuries. [...] Titles such as *The Tale of the Strong and Glorious Champion Eruslan Lazarevich and his Beautiful Wife Anastasia* (1904), and *The Tale of the Glorious, Brave, and Unbeatable Champion Bova Korolevich and About his Beautiful Wife the Princess Druzhevna* (1916) were typical.” (Jeffrey Brooks i Towheed, Crone og Halsey 2011 s. 248 og 251)

“The stories took place in vague or improbable locations, concretizations of “in a faraway kingdom, in a faraway land” of the fairy tales. Bova [i den russiske

fortellingen *The Tale of the Glorious, Brave, and Unbeatable Champion Bova Korolevich* ...] wanders from a city called Anton to Armenia. Frantsyl begins in “the Spanish Kingdom,” but travels to Turkey and Persia, and Guak proceeds from his home in “the Kingdom of American Florida,” to “the Amazonian Kingdom.” Most of the action consists of heroic contests between valiant knights and their supernatural opponents, except in the story of Milord George, in which the subject is courtly love. The adventures of Bova set the standard for the chivalric tale. Driven out of his own kingdom of Anton by his mother and her evil lover, the murderer of his father, Bova wanders the world, proves courageous in contests which such fantastic adversaries as the centaur, wins a princess and a new kingdom, and returns to avenge his father’s death. Stories of this type were revised to suit more modern tastes and values in much the same way as the fairy tales, and although in eighteenth-century versions Bova repays his mother’s treachery by burying her alive, by the late nineteenth century he accepts her sincere repentance, and she lives to a ripe old age.” (Jeffrey Brooks i Towheed, Crone og Halsey 2011 s. 251)

“Educated critics used *The English Milord* as a symbol of all that they found pernicious in the literature of the lubok. The story is about a lord out on hunt who loses his party and finds himself mysteriously before the Marquise Frederika Louisa Brandenburg. The Marquise is in her palace in the forest, with sixteen lovely handmaidens at her side. As soon as she announces her love for him, Milord forgets his betrothed and swears to be true to the lovely Marquise. The two are separated, and in the longer versions of the story, Milord has a number of additional amorous adventures before being reunited with the Marquise. In the short versions, Milord’s only impropriety is the betrayal of his betrothed. Traces of the early origins of this tale appear even in the short versions, and Milord appeals to Diana, goddess of the hunt, when he gets lost in the forest.” (Jeffrey Brooks i Towheed, Crone og Halsey 2011 s. 251)

Men over en fjerdedel av litteraturen som franske kolportører solgte, skal ha vært religiøs litteratur: katekismer, bøker om helgeners liv, bønnebøker, meditasjoner over liv og død m.m. (Lyons 1987 s. 153). Det ble solgt mange profetier og rådgivingsbøker. I et av disse verkene kunne ungarer lese at deres lykke avhang av at den utvalgte kvinnen var 7/9 (sju niendedeler) av mannens alder, og at de ved å gni sin mage med mynteplanter kunne unngå å gjøre en kvinne gravid. Åndeutdriving og mye annet kunne praktiseres ved å følge rådene i kolportørens litteratur. Noen bøker inneholdt ridderhistorier, kjærlighetshistorier og legender. Disse tekstene hadde ofte tidligere tilhørt den høviske litteraturen, men ble nedkortet og tilpasset å være underholdningslitteratur for folket. Også eventyr var populære som små bøker, f.eks. “Rødhette og ulven”. Dessuten solgte kolportører mange parodiske tekster som skulle vekke latter hos leserne: parodier på ekteskapskontrakter, på religiøse bekjennelser, testamenter og prekener (fylleprekener) ble trykt i stadig nye opplag (Lyons 1987 s. 153).

Det har blitt hevdet at lesere som har liten leseferdighet og lav utdanning, gjennom en “historisk forsinkelse” tilbys og leser litteratur som i en tidligere historisk periode ble skapt for et dannet publikum, men som dette dannede publikumet har vendt seg bort fra – litteratur som i en senere periode blir oppfattet som trivillitteratur og knyttet til dårlig smak (Jochen Greven i Brackert og Lämmert 1976 s. 57).

Bøkene i Det blå bibliotek ble også kjøpt av rike og mektige herremenn, og det er bevart mange eksemplarer med praktfull innbinding og våpenskjold (Chartier 1997 s. 112).

Det blå bibliotek skal ha forsvunnet relativt raskt rundt midten av 1800-tallet (Darmon 1972 s. 76). Trykkeriet Anner-André i Troyes sluttet sin virksomhet i 1863 (Darmon 1972 s. 77). En kilde hevder at det så sent som i 1867 ble solgt ca. åtte millioner kolportasjebøker i Frankrike, alle utstyrt med et stempel fra myndighetene som godkjente at de ble solgt (Mouralis 1975 s. 43), men dette kan ha vært andre verk enn Det blå bibliotek. I den franske forfatteren Stendhals roman *Lamiel* (utgitt posthumt i 1889) begynner den kvinnelige hovedpersonen Lamiel å lese når hun oppdager kolportasjelitteraturen.

På 1800-tallet kunne de fleste lese, og mange steder fikk kolportasjelitteraturen et oppsving, der bl.a. gammel litteratur ble trykt opp og solgt på nytt (Febvre og Martin 1999 s. 150). Fram til 1894 ble det solgt hele 250.000 eksemplarer av en kolportasjeroman med tittelen *Skarpretteren i Paris*, og et slikt opplagstall var ikke enestående (Lehmstedt og Herzog 1999 s. 370).

En type føljetong er en tekst som ble solgt som hefter som til sammen utgjorde en hel roman. Denne salgsformen begynte i England ca. 1830 (Olivier-Martin 1980 s. 44). På 1800-tallet ble det i Tyskland solgt omfattende bokverk gjennom kolportasje. Kjøperne betalte for små hefter som til slutt utgjorde store verk, f.eks. leksika eller tyskeren Alfred Brehms *Illustrert dyreliv*. Det var også mulig å kjøpe bokomslag for hele verket av kolportøren. Slik fungerte kolportasjen som et slags avbetalingssystem for dyre bøker (Schneider 2004 s. 161 og 222). Bøker som på 1800-tallet ble uselgelige i bokhandler, ble fremdeles budt fram av kolportører (Darmon 1972 s. 161-162 og 186-187).

Fra 1830-tallet solgte tyske kolportører såkalte skillingsmagasiner (tysk “Pfennig-Magazine”), som var forløpere for familiemagasinene/-ukebladene (Günter 2008 s. 182). Kolportørene gikk fra hus til hus, solgte og prøvde å få nye abonnenter. Av det som ble solgt, var det bare en tiendedel som kan kalles “smusslitteratur” (Günter 2008 s. 182). I tillegg til familiemagasiner solgte kolportørene bl.a. konversasjonsleksika og billige klassikerutgaver (s. 182).

To tyske forleggere, Carl Joseph Meyer og Johann Jakob Weber, forsynte publikum med kolportasjebøker som ble solgt heftevis, og som inkluderte billige klassikere

og leksika (Brackert og Lämmert 1976 s. 58). Det ble delt ut gratisseksemplarer for å få folk interessert i begynnelsen av en føljetong (Graf 1995). Noen steder foregikk leveringene to ganger per uke. Det kunne dreie seg om “kloster-, spøkelses-, ridder-, røver-, mord- og kjærlighetsromaner” (Graf 1995).

Den tyske 1800-tallsforfatteren Karl Mays romaner ble i hans samtid distribuert som hefter gjennom kolportasje (Bohnsack og Foltin 1999 s. 160). I likhet med andre kolportasjeromaner fra samme periode lot hans bøker leserne oppleve en fremmed og eksotisk verden (Bohnsack og Foltin 1999 s. 158). Mays *Den fortapte sønn eller elendighetens fyrste: Roman fra kriminalhistorien* (1884-86) var delt opp i 101 hefter, og hvert hefte ble levert ukentlig på døren til abonnentene. Forlaget bak utgivelsen var Münchmeyer i Dresden. Kolportøren Moritz Theodor William Bromme har fortalt: “Dag etter dag løp jeg rundt i byen med min tunge veske under armen. Trapp opp, trapp ned. Hver tredje uke kom det ut noe “nytt”. *Den fortapte sønn eller elendighetens fyrste* var den første romanen jeg fordelte, jeg fikk ca. 50 abonnenter på den (sitert fra Graf 1995). Abonnentene på Mays roman var mannlige og kvinnelige arbeidere. Bromme begynte som kolportør i ung alder, og gikk senere over i et annet yrke. Et annet tysk kolportasjeforlag enn Münchmeyer var Mosse i Berlin.

På engelsk ble små bøker eller pamfletter med papiromslag kalt “chapbooks”, mens “broadsides” var enkeltark med f.eks. ballader som skulle synges til en kjent melodi (Sayre 2011 s. 59). Begge typer publikasjoner ble ofte solgt av kolportører. Kolportører ble kalt “pedlars”, dvs. omreisende handelsfolk som også solgte andre varer.

“Travelling vendors, or chapmen, who came to urban centres to fill their packs carried bootlaces, ribbons, needles, pins, lace, buckles, whistles, buttons, seeds and spices, gloves and fans and other small necessities or luxuries difficult to obtain in quiet rural villages. Tucked in amongst their pack they would often have some reading matter, like ballads or chapbooks – light to carry, and sought after by eager readers. Indeed, the word ‘chap’ comes from the Old English word for trade.” (Ruth Richardson i <https://www.bl.uk/romantics-and-victorians/articles/chapbooks>; lesedato 20.07.18)

“Chapbooks were often sold by itinerant pedlars or chapmen, the name from which chapbook is, apparently, derived by a backformation. [...] The main genres of street literature include: ballads, songs, and poetry; chapbook “histories”, legends, tales, and literary works, usually in much abridged form; books of jokes and riddles, fortune-telling and prophecy; non-fiction offering news, practical advice, and self-improvement; religious and moral tracts; the cheaper end of literature intended for children; the cheaper sorts of almanacs; and prose news-sheets. Also relevant, though not strictly as literature, are illustrations in the form of popular prints, which were produced and distributed by some of the same personnel as the foregoing items. The relative prominence of some of these genres in the street

literature scene was prone to marked shifts in the course of the long nineteenth century.” (Atkinson og Roud 2017) “Ballads were distributed outside of the capital by travelling pedlars, or chapmen, who sold them, along with a whole variety of other wares, at markets and fairs.” (Ruth Richardson i <https://www.bl.uk/romantics-and-victorians/articles/chapbooks>; lesedato 20.07.18)

“After purchasing the ballad from the author, the printer would typeset it on the press, using whatever woodblock illustration was most appropriate, and print off copies. He would then parcel out copies to the street singers in his employ. They in turn would carry them “to the doors of theatres, to markets, fairs, bear-baitings, taverns, ale houses, wakes, or any other place where a crowd could gather...” [...]. Crying out to draw a crowd, “Ballads! my masters, ballads! Will you have any ballads o’ the newest and truest matter in London?” (Shepherd History 81). After a sufficient crowd gathered the peddler would sing the ballad to teach it, if needed, to the people who were buying. Although occasionally a ballad would be written to a new tune, most were simply set to well known tunes and were used over and over” (<http://redwulf.info/ballads/history.htm>; lesedato 01.08.18).

“The wandering peddlers who sold books, prints, and other goods were also called *khodebshchiki* (walkers), if they went on foot; *korobeiniki*, after the baskets in which they carried their goods” (Towheed, Crone og Halsey 2011 s. 252). Og noen solgte nesten bare bilder. “The popularity of icons among rural families, sold by so-called ofeni and *khodebshchiki* (peddlers serving small cities, villages and towns), led to the development of cheap, standard icons and their production in large quantities in villages that lay along the traders’ routes.” (http://www.agitlak.com/trading_palekh.html; lesedato 20.01.16)

“The enterprising publishers relied on large numbers of city hawkers and rural colporteurs to carry their goods to remote corners of urban and rural Russia, and to report back on the preferences of customers. Authors, publishers, and distributors were thus all involved in the commercial effort to produce a literature that satisfied the demands of the common reader. [...] The staple of lower class reading for most of the nineteenth century was the chapbook-like publications distributed by colporteurs and called *lubochnaia literatura*, after the popular prints (*lubki*, sing. *lubok*) that the peddlers also sold. The term “literature of the *lubok*” was used to describe a wide variety of popular publications, but I use it only to refer to the booklets sold by peddlers, since the peddlers also sold the prints, and the prints and booklets were often on the same subjects.” (Jeffrey Brooks i Towheed, Crone og Halsey 2011 s. 244)

“The big publishers of books for the common people made arrangements with provincial retailers, who met them in Moscow or St. Petersburg. But more important, they developed close relations with a mass of large- and small-scale peddlers who carried their goods on foot and in horse-drawn carts in cities and in rural areas.” (Jeffrey Brooks i Towheed, Crone og Halsey 2011 s. 251)

“The lubki were lively illustrations similar to European broadsides. They had short texts, usually at the bottom of the picture, and were often the first printed materials to enter the homes of the common people. Their circulation prepared the way for the book. Explanations of the origins of the term *lubok* are varied. The early student of the question, N. Snegirev, startled educated society in the early 1820s by pronouncing the lubok worthy of intelligent investigation, an opinion shared by Alexander Pushkin but few others. Snegirev suggested that the word was taken from *lub*, the inner bark of the linden tree, which was at one time made into a crude paper, was later used to make the wood blocks for the prints, and from which the itinerant peddlers made the baskets for their wares. The pictures may also have been called lubki because they were at one time cut and printed on Lubianka Street in Moscow. According to D. Rovinskij, the lubok collector and author of the most complete study of the subject, the term did not come into use to describe the prints until the first half of the nineteenth century. The adjective *lubochnyi* was used in the first half of the nineteenth century to describe things that were badly or hastily constructed, and there were *lubochnye* homes, furniture, and goods, as well as illustrations.” (Towheed, Crone og Halsey 2011 s. 244-245)

“As the audience grew more humble, the prints became more simplified and satirical, and the message cruder and more direct. Parables on daily life, fictional characters familiar from folklore, jokes, and well-known historical scenes became the standard repertoire of the lubok publishers. Snegirev grouped the illustrations around five subjects in the 1870s: religious and moral, philosophical commentaries on the trials of daily life, judicial topics and illustrations of punishments, wars and past events, and symbolic or poetical scenes from legend or folklore. A catalogue of almost all lubki published in 1893 shows that religious pictures comprised about half of the total, and were, for the most part, pictures of the Holy Family, the Savior, and scenes from the history of the church and the lives of the saints. Nearly a third of the secular prints were texts of songs and pictures from various literary works. Portraits of the tsar and the imperial family, satirical pictures, hunting scenes (often very bloody), and pictures of various beauties were also important.” (Towheed, Crone og Halsey 2011 s. 245)

“The prints were changed to suit the tastes of more sophisticated consumers in the last decade or two of the old regime. Typical of some of the lubki in the last half of the nineteenth century were illustrations of popular fairy tales, examples for moral instruction, and military pictures from the Crimean War, the Russo-Turkish War, and later from the war with Japan and World War I. New subjects touching the lives of the common people, from railroads to city slickers, appeared in the later prints. According to the early twentieth-century art historian A. A. Fedorov-Davydov, the process of secularization of the lubok can be traced back as far as the seventeenth and eighteenth centuries. A comparison of the prints published by the firm of I. D. Sytin in 1889 and twenty years later, in 1909, shows a decline in the

number of prints on religious subjects, and an increase in those with secular themes.” (Towheed, Crone og Halsey 2011 s. 246)

“Both secular and spiritual authorities looked on the lubok with suspicion at various times during the seventeenth and eighteenth centuries, but their attempts to prohibit the prints were not successful. The Patriarch Ioakim attempted to end the printing and sale of paper icons in 1764, complaining that “any ignoramus cuts on boards and prints on paper corrupt icons of the Savior and the Mother of God, and the saints.” Effective censorship was established only in 1839, and in 1851 all hitherto uncensored wood blocks and plates, were ordered destroyed by the authorities. “So ended the uncensored people’s pictures,” recounted Rovinskii. This destruction was not the end of the lubok, however. Publishers of the prints continued to issue traditional pictures, updated versions of older themes, and new images that captured contemporary interests of the lower-class lubok purchasers. The folkloric, religious, and literary subjects that had characterized the uncensored lubki remained the hallmark of the prints in the second half of the nineteenth century.” (Towheed, Crone og Halsey 2011 s. 246)

“According til Golyshev, one thousand self-trained peasant women were employed in the 1860s to hand color the prints in the village of Nikolskoe, eight miles from Moscow. The prints were usually dabbed with the combination of the vegetable dyes the women mixed themselves, and the primitive appearance of many lubki owed much to this process, especially to the rapidity with which the women worked. After coloring, the prints were sold throughout Russia by wandering peddlers or colporteurs known as *ofeni* (singular *ofenia*).” (Towheed, Crone og Halsey 2011 s. 246)

Lubki-bilder “continued to pass through the traditional distribution network of colporteurs, who either came to the city publishing houses to pick up their wares or purchased them at fairs from representatives of the city houses. The lubki retained their place in the daily life of the common people, and many peasant cottages were decorated with a selection of the prints. [...] The introduction of chromolithography in the 1880s made the process of hand coloring by village craftsmen obsolete. The spread of small rural shops reduced the role of colporteurs, whose sales techniques gave the lubki some of their meaning.” (Jeffrey Brooks i Towheed, Crone og Halsey 2011 s. 247)

“Rubakin described one peddler near Kiev selling a book with a picture on the cover of a crocodile threatening a girl. “ ‘Yes, you have a look.’ the peddler cried, poking the phlegmatic Ukrainian peasant in the nose with the book. ‘This is the kind of thing that exists on earth. Start reading and you won’t stop.’ ” [...] When the peddler spread out his books in the village or market square, remembered a correspondent from Ivanovo-Voznesensk, “A large crowd of children, older fellows, and even girls surrounded him, hung around beside him for almost the whole day, and bought what was interesting.” The literature of the lubok was the

first and most primitive type of Russian popular literature, and it was the material basis for common literacy. In the sacks of the colporteurs could be found the first printed words purchased by semiliterate former schoolchildren, their parents, and other new readers. Parents probably purchased these booklets with literacy in mind, as one Soviet newspaper correspondent recalled in 1922: “Father bought me the tale *About Eruslan Lazarevich*, so that I would not forget how to read, and mother exchanged eggs for *Bova Korolevich*.” ” (Jeffrey Brooks i Towheed, Crone og Halsey 2011 s. 253)

Sigurd Heiestad kaller Nicolai Ramm Østgaards folkelivsskildring *En Fjeldbygd: Billeder fra Østerdalen* (1851) for en “i sin tid i de bedre familier meget lest bok. Kom ut i flere opplag, også solgt som kolportasjelitteratur.” (Heiestad 1946 s. 17)

“1918 var der atter debat i det norske storting. Den drejede sig om kunststøtte: skulle forfatterinden Karen Sundt tildeles 400 kr. årlig i “understøttelse for gamle kunstnere”? Flertalsindstillingen mente nej – Karen Sundt var ikke KUNSTNER, men KOLPORTAGEFORFATTER. [...] Det var ikke så mærkeligt, at støtten til Karen Sundt vakte opmærksomhed i den litterære offentlighed. Hun havde aldrig sat sine ord der. Til gengæld var hun kendt i den litterære suboffentlighed, som man nok vidste eksisterede, men aldrig havde drømt om at anerkende. Udviklingen af denne litterære suboffentlighed hang sammen med industrialiseringen og udviklingen af et skolesystem også for de arbejdende klasser. Den voksende læsefærdighed og behovet for billig underholdning blev udnyttet af kolportageboghandlerne. En række underbetalte skribenter blev ansat til at sørge for produktionen, et net af kolportører tog sig af distributionen – romanerne solgtes hæftevis ved dørene. Reproduktionen på dårligt papir og uden korrekturlæsning sørgede boghandlerne selv for. De var oftest bogtrykkere. Det udviklede sig til en veritabel underklasseoffentlighed – styret udefra og uden berøring med klassernes livsvilkår og erfaringer. “Kolportageromanen”, skriver Salmonsens leksikon, er “Romaner beregnede for den store Mængdes Smag og efterhaanden udstyrede med Lokkemidler (Præmier) bestaaende af Ure, Billeder o.a. Værdigenstande”. Tager man ordet *beregnede for* for sit pålydende er karakteristikken ikke helt ved siden af. At det var en “Smag” arbejderklassen blev *tillagt* understreges gennem den succes, der blev Karen Sundts omformning af genren til del. I hendes regie endres kolportageromanen til arbejderklasse-litteratur. Fra romaner om adel, røvere og kærlighed til romaner om arbejderklassens livsvilkår, erfaringer, organisering og udvikling – et individuelt forsøg på at gøre den litterære suboffentlighed til en klasse- og klassebevidst offentlighed, der kunne beskrive og bearbejde klassernes egne erfaringer. Karen Sundts roman “Arbejderliv” fra 1901 er faktisk den første norske fremstilling af arbejderbevægelsens historie.” (Beth Juncker i <http://samples.pubhub.dk/9788773328637.pdf>; lesedato 08.12.16)

Karen Sundt brukte bevisst “kolportagesystemet og ændrer dermed individuelt dets funktion fra underholdning til underholdende politisk oplysning. Men ændringen var ikke uproblematisk. Kolportageromanens rammer og spændings-prinsipper

skulle overholdes. Derfor oplever man i Karen Sundts romaner et sammenstød mellem en ætsende kritisk realisme og en harmonisøgende idealisme, en klassekamps-konception og en klasseharmonisering, en kvindekamp og en kvindebegrænsning. [...] sammenstød mellem en realistisk holdning og en kolportage-teknik [...] [i] Karen Sundts mange kolportageromaner” (Beth Juncker i <http://samples.pubhub.dk/9788773328637.pdf>; lesedato 08.12.16).

Alfred Brehms illustrerte verk om dyreliv ble utgitt i årene 1864-68. Til å begynne med utgjorde verket seks bind, men i senere versjoner var verket utvidet til tretten bind. Dette gjorde det nødvendig for utgiverne å selge verket ved kolportasje, heftevis. Ved å kjøpe 115 hefter i løpet av et par år, kunne en person eller familie skaffe seg hele verket. Hvert hefte ble solgt til lav pris, mens hele verket samlet var dyrt (Daum 2002 s. 259). På norsk kom verket i en “folkeutgave” med tittelen *Dyrenes liv*.

“Cordel literature” (“literatura de cordel”) i Brasil og andre land er en moderne form for kolportasje. ““Literatura de cordel” (string literature) are pamphlets or booklets that hang from a piece of string (cordel) in the places where they are sold. These are long, narrative poems with woodcut illustrations on the cover, often done by the poet himself. There are traditional themes (romances, fantastic stories, animal fables, religious traditions) and themes based on current events, famous people, life in the cities, etc. Cordel can be hilarious and very racy, too. The largest concentration of this type of popular literature is in northeastern Brazil.” (<http://www.maria-brazil.org/cordel.htm>; lesedato 05.10.11)

““*O Romance do Pavão Misterioso*” (The Romance of the Mysterious Peacock), published in 1920, is one of the most famous stories of *literatura de cordel* – those booklets produced in a domestic press, illustrated with rustic woodcuts and sold in street markets, hanging from clothes-lines (thus the name, *cordel*). It is also one of the very few *cordel* stories that made their way into mass culture. Attributed to José Camelo de Melo Rezende, it tells the story of a Turkish man, Evangelista (“the son of a capitalist”, says the rimed story), who creates a peacock-shaped flying machine to seduce and kidnap Countess Creuza, the imprisoned daughter of a Greek nobleman. [...] The booklet, initially published in 1920, only became a household name in 1976, when the song *Pavão Misterioso*, by Ednardo, was used in the opening credits of surreal soap opera *Saramandaia*, by playwright Dias Gomes. The story was full of supernatural phenomena – a fat lady that exploded, a guy with wings, another that would produce ants from his nose, a werewolf.” (<http://deepbrazil.com/2011/09/22/mysterious-peacock/>; lesedato 05.10.11)

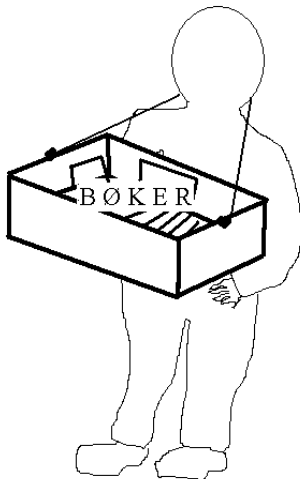
I Brasil publiseres kolportasjelitteraturen på forfatterens egne forlag, ikke på store kolportasjeforlag slik tilfellet var i Europa (Graf 1995).

“Devendra Varma was one of the world’s foremost authorities on Gothic literature. [...] Varma’s greatest achievement was his making available modern editions of

over 200 Gothic romances and tales of terror, many of them extremely rare, or even dismembered. He said: “My researches are archival. You’ll find 40 pages in one treasure room, another 50 with a collector, the title-page somewhere else.” An anecdote he used to tell sums up his lifelong Gothic quest. One day, he was walking in the foothills of the Himalayas and saw among the wares of a poor bookseller laid out by the roadside a tattered copy of a Gothic novel so scarce that none of the world's great collections possessed a copy.” (<http://www.independent.co.uk/news/people/obituaries-devendra-varma-1566641.html>; lesedato 27.09.13)

“Colporteur evangelism” er “the distribution of religious publications, books, tracts, etc., by carriers called colporteurs. The American Bible Society and the American Tract Society were among the largest organizations involved in colportage in the United States. Many people thankfully trace their family faith to the day when they, their parents, or grandparents, were visited by a colporteur. Today this word is not often used outside of religious circles. Today most colporteurs refer to themselves as Christian literature evangelists engaging in literature evangelism. Another accurate term might be literature missionary. [...] Have you wondered why God calls some to be colporteurs? [...] How can you find people who need our books [...]?” (<http://intro.theliteratureevangelist.com/>; lesedato 07.10.11)

Kolportør



En omvandrende bokselger, som solgte bøker på offentlige steder – gatelangs, på torg, på markedsplasser osv. Kolportøren drev altså oppsøkende virksomhet, i motsetning til bokhandlere som kundene selv måtte oppsøke. Kolportørene i gatene i Paris var kjent for å “skrike høyt og ofte” (Barbier 2007 s. 161). Det var ikke uvanlig at en kolportør gikk 30 kilometer om dagen, med opptil 40 kilo bøker (Lyons 1987 s. 152). En annen kilde oppgir i samsvar med dette at vekten av bøkene kunne være fra 24 til 40 kilo, og den daglige reiseavstanden var ofte 2-3 mil

(Darmon 1972 s. 49). Det ble ofte solgt andre varer sammen med bøkene (Sayre 2011 s. 91).

I Frankrike tilhørte mange kolportører slekter som hørte til i de franske Pyreneene (Darmon 1972 s. 29). I disse slektene gikk kolportasjevirkksomheten i "arv": sønn overtok etter far i flere generasjoner. De eldre lærte opp de yngre, og tok dem med seg på salgsturer (Darmon 1972 s. 48). Det fantes i Frankrike kolportører som fikk sine bøker fra en lokal bokhandler og drev salg i sitt eget bosteds-distrikt, og det fantes "stor kolportasje" der selgerne spredte seg over hele landet (Barbier 2000 s. 146). Det det har blitt skilt mellom "liten kolportasje" (stedfast, korte reiser) og "lang kolportasje" (over store områder) (Darmon 1972 s. 29).

Mange kolportører ropte til alle som gikk forbi, og noen leste høyt fra tekstene og ga forklaringer. "Many millions of tracts produced by various societies at the expense of their members were printed during the romantic period, along with many hundreds of thousands of Bibles bought and distributed at heavily subsidied prices. How far the books were actually read, and with what effect, is hard to gauge. The experience of William Cameron, a Scottish chapman in Dunfermline in 1820, may have been typical: "When I got to the lodgings, I unharnessed myself, and went to a bookseller's named Miller, for ballads or histories, but he had nothing but tracts. These were *a bad fit* but the drink being in the garrett I took four dozen of them, went into the street, and began a long story. I soon gathered an audience who relished the story and many bought ... One of the buyers called me an impostor, saying I had given him John Covy [a tract] in place of what I called." " (Towheed, Crone og Halsey 2011 s. 227) Det var ikke uvanlig at kolportører kunne utenat sitater fra tekstene de solgte. Dette fungerte som lokkemiddel overfor potensielle kjøpere (Graf 1995).

Kolportørene nådde den minste og mest avsidesliggende landsby i håp om å få solgt noen bøker (Darmon 1972 s. 17). De kjente folks smak og tilpasset sitt vareutbud etter det. I noen regioner i Frankrike var kolportører også bønder, de drev med begge virksomhetene avhengig av sesong og behov (Darmon 1972 s. 19). Almanakker hadde ofte et lokalt tilsnitt, og egnet seg derfor ikke som vare for kolportører som reiste over hele Frankrike (Darmon 1972 s. 73). I Paris hadde noen kolportører en offisiell godkjennelse som gjorde at de i tillegg til boksalg drev med utrop av offentlige nyheter fra myndighetene (Quinsat 1990 s. 369). Kolportører tilbød ofte varene på et brett eller en flat kurv slik at folk lett kunne se igjennom tilbudet av bøker. Både kvinner og barn var kolportører (Febvre og Martin 1999 s. 336).

"The peddlers were bearers of news in the villages they visited. Some peasants resented their worldliness and their willingness to outsmart the unwary customer, and they were known in some quarters as tricksters and fakers; but they were also sellers of serious religious materials as well as light literature, and this probably earned them some respect. They had to be resourceful and quick-witted to survive

in their occupation. They had their own slang and a system of marks, so that the illiterate peddlers could identify prices. Contemporary descriptions of the peddlers in action point up their importance as promoters of the printed word and as people who brought a bit of excitement into the world of the village.” (Jeffrey Brooks i Towheed, Crone og Halsey 2011 s. 253)

“Pedlars travelled out from urban centres to the surrounding countryside during the early modern period, carrying in their packs of devotional texts, tales of wonder and imagination, and practical guides to living, at prices affordable by all but the most destitute peasant families. [...] Unlike modern newspapers, which in some respects they represented, these flimsy productions were read and reread for years until they finally disintegrated. At the very least, they ensured that in the villages of Western Europe, and in those of the east within reach of the scattered towns, the populations already knew the meaning of print before the salaried, inspected schoolteachers arrived to tell them in the nineteenth century. Even if they had to borrow both the texts and the skills to read them, they were familiar with the task of decoding the marks on the page and with the consequences for their spiritual, imaginative and practical lives.” (Towheed, Crone og Halsey 2011 s. 163)

Kolportører var blant de mest aktive til å spre Luthers lære i områder der det var forbudt å spre den nye læren, og de unnslopp lettere å bli overvåket og arrestert enn det bokhandlere gjorde (Febvre og Martin 1999 s. 336). Franske kolportører var viktige i utbredelsen av protestantiske skrifter trykt i Genève fra 1540-årene (Barbier 2000 s. 132). I 1569 ble den franske kolportøren Marin Marié henrettet fordi han hadde solgt protestantiske bøker (Barbier 2000 s. 112). I 1743 ble en fransk kolportør ved navn La Barrière arrestert for å ha solgt et verk av ateisten Jean Meslier, en prest som etterlot seg et posthumt verk med fundamental kritikk av den kristne religion (Boitel 1993 s. 39).

En tysk kalender fra begynnelsen av 1640-tallet het *Hinkende budbringer* (*Hinkende Bote*). Navnet henspilte på at tredveårskrigen skapte mange invalide menn, og at disse ofte levde av å være budbærere og kolportører av aviser og kalendere (Bohnsack og Foltin 1999 s. 33).

I Spania på 1700-tallet ble “literatura de cordel” ofte solgt av blinde kolportører som også sang tekster som de hadde til salgs (Strosetzki 1996 s. 265). Tekstene handlet f.eks. om beryktete kriminalsaker, politiske hendelser, spanske nasjonalhelter (fra middelalderen eller andre perioder), samt religiøse tematikker (Strosetzki 1996 s. 265-266).

“During most of the eighteenth century, the centre of manufacturing [i England] was Aldermay Churchyard in London with stocks held in the Ballad Warehouse nearby. From there the chapbooks and ballads were sold retail to individuals and wholesale to chapmen serving a wide radius round the capital which seems to have been roughly the extreme reach of a man walking. The owners had agents in a

nationwide network of English provincial centres, all easily reached by water, where other stocks were held.” (Towheed, Crone og Halsey 2011 s. 221)

En kolportør reiste sjelden helt alene over store avstander. På avtalte steder spredte de seg, oppsøkte landsbyer, ensomt-liggende gårder, og møttes om kvelden igjen (Darmon 1972 s. 49). Vanligvis ble kolportørene godt mottatt og fikk ofte gratis mat og mulighet til å sove på låven hvis det var sent, eventuelt betale overnatting med et par bøker fra sortimentet (Darmon 1972 s. 50). Unntaket til gjestfriheten var i tider med epidemier eller andre katastrofer. Under reformasjonen drev mange prester og skolelærere med kolportasje for å spre det budskapet de trodde så sterkt på (Quinsat 1990 s. 369).

Fordi de franske myndighetene ønsket å ha en viss kontroll med hva slags litteratur som kolportørene solgte, måtte hver kolportør i Frankrike på 1700-tallet registrere seg og bære en plakett som viste at han var godkjent til jobben (Barbier 2007 s. 206). I Frankrike begynte kolportør-yrket å forsvinne på 1800-tallet, da jernbanen kunne frakte bøker raskt over store deler av landet og det vokste fram små bokhandler som landsbybefolkningen kunne kjøpe sine bøker hos (Lyons 1987 s. 146 og 159). Dessuten spilte billig, mekanisk bokproduksjon en stadig større rolle og gjorde bøker svært billige; antall bøker som måtte selges for å få samme fortjeneste som tidligere, ble dermed høyere.

På 1800-tallet la de franske myndighetene dessuten flere hindringer/restriksjoner i veien for kolportører, fordi den litteraturen de solgte ble mistenkt for å gjøre folket mer politisk bevisst. Mange av bøkene ble også ansett som uegnet i et katolsk land. Den katolske kirken i Frankrike var skeptisk til mye av den litteraturen som kolportørene solgte, og som en motvekt etablerte kirken i 1824 bokserien *Gode bøker* (Olivier-Martin 1980 s. 154).

I 1828 klaget en myndighetsperson i byen Mayenne i Frankrike: “Ugudelige og obskøne bøker spres i skremmende omfang, de trykkes i tusentalls og bæres rundt av kolportører overalt. Før revolusjonen var verk av Voltaire og andre ugudelige forfattere sjeldne og dyre: Selv under tronraneren [dvs. Napoleon] var disse bøkene lite utbredt” (siteret fra Lyons 1987 s. 158). En representant for myndighetene i Lyon mente at almanakkene var spesielt farlige fordi de ble lest så ofte og grundig av vanlige folk. Etter 1848-revolusjonen ble almanakkene politisert og mer radikale. Det fantes f.eks. en almanakk kalt *Democ-Soc almanakk* (*Almanach Democ-Soc*, forfattet av Blondeau) og en *De undertryktes almanakk* (forfattet av Beaulé) (Lyons 1987 s. 159).

Det var heller ikke til 1800-tallskolportørenes fordel at det inngikk i deres tilbud å selge noen verk om Napoleon. Beskrivelser av hans hærtokter hadde samme underholdningsverdi som de tradisjonelle skildringene av korstogene. Trykkeren Baudot i byen Troyes sørøst for Paris utga en brosjyre med tittelen *Napoleons slag fortalt av en infanterist i den kongelige garde*, og denne ble solgt av kolportører.

Dessuten ble det solgt Napoleon-biografier (Lyons 1987 s. 158). Kolportører ble også anklaget for å ha solgt forfatteren Victor Hugos pamflett *Napoleon den lille*, et angrep på Napoleon 3. (som ble nesten en diktator). Pamfletten var trykt i Belgia, men ble solgt av kolportører i Frankrike (Lyons 1987 s. 159). Etter hvert måtte kolportørene sende søknader før de kunne selge bøker i et område, og de ble utsatt for trakassering fra myndighetene. Fra 1852 måtte kolportører vise fram alle sine verk for en sensurinstans for kontroll, og denne sensurordningen var en av grunnene til at kolportasjelitteraturen forsvant. I 1850-årene ble hundrevis av kolportører dømt for å ha brutt regelverket, og antallet kolportører gikk kraftig ned på grunn av alle de praktiske problemene som yrkesgruppen fikk (Lyons 1987 s. 159).

En sveitser skrev i 1843 at det i Genève var kolportører fra Paris som stod for det meste av boksalget, altså ikke de faste bokhandlerne (Kaenel 1996 s. 144). Gjennom å nå grupper som ellers ikke leste mye, og selge sakprosa til dem, inngikk tyske kolportører på 1800-tallet i et “omfattende folkedannelsesprosjekt” (Boden og Müller 2009 s. 160).

I 1848 var det det over 3.000 kolportører med offentlig tillatelse i Frankrike. Flere forleggere var helt avhengig av det salget kolportørene stod for, og antallet verk de solgte i løpet av et år kan ha vært over 9 millioner (Lyons 1987 s. 152; “verk” inkluderer her bøker, små hefter og almanakker). Rundt år 1870 hadde antallet franske kolportører sunket til ca. 500 og solgte verk til ca. 2 millioner (Lyons 1987 s. 153).

I 1858 stod det i en offentlig fransk rapport om kolportasjelitteraturen: “Åtte millioner umoralske bøker spredt av tusenvis av hender i våre byer og på landsbygda ..., slik var situasjonen i 1847 ... Kolportasjen, hvis den bare kan fungere på denne måten, bør bli strengt forbudt. Men åtte millioner gode bøker tilbudt som midler til opplysning til en befolkning utålmodig av uvitenhet, som åpner for dem etter endt arbeidsdag området for anstendige følelser og sunne ideer, som inspirerer dem til ærbødighet for Gud, fedrelandskjærlighet, anerkjennelse av vår hersker, som populariserer i våre landsbyer navnene til de mest ærerike i vår nasjonale litteratur, dette er ubestridelige fordeler som en opplyst myndighet ikke med glede gir avkall på.” (sitert fra Darmon 1972 s. 97) De franske myndighetenes sluttvurdering var at kolportasjen måtte reguleres strengt. Kolportørene ble betraktet som en slags paria-gruppe (Darmon 1972 s. 106) og litteraturen de tilbød oppfattet som en fare for moralen og religionen. Det ble innført systematisk preventivsensur, men de ulike sensurinstansene rundt omkring i Frankrike vurderte de forskjellige verkene ulikt, slik at kolportørene måtte venne seg til at en bok som var forbudt i en region, var lovlig i en annen (Darmon 1972 s. 107).

Såkalte “sortimentsbokhandlere” er det vi i dag oppfatter som “vanlige” bokhandlere, med en butikk som selger bøker til kunder som kommer inn i butikken. Disse bokhandlerne i Tyskland oppfattet mot slutten av 1800-tallet og inn

på 1900-tallet kolportørvirksomheten som en irriterende konkurranse, og svertet den mest mulig. Den ble kalt “ugress” og lignende. Innvendingen var blant annet at kolportørene og kolportasjeforleggerne var personer med lite utdanning og som vanligvis hadde mislykkes i andre yrker (Graf 1995). Mange personer som flyttet fra fattigdommen på landsbygda inn til byene, tok jobb som kolportører, for det krevdes ingen spesiell utdanning.

På slutten av 1800-tallet var mange av kolportørene i Leipzig i Tyskland arbeidsløse kjøpmenn eller kelnere, eller personer som hadde et annet yrke ved siden av, f.eks. murere, snekkere og bakere (Lehmstedt og Herzog 1999 s. 371).

Den franske dikteren François-Antoine Chevrier ga i 1761 ut romanen *Kolportøren: Moralsk og kritisk historie* (Barbier 2007 s. 236). I denne boka presenterer forfatteren ulike romanlesere og vurderer den litteraturen de foretrekker. I teksten opptrer det en kolportør som kalles M. Brochure.

Italieneren Lotario Vecchi ble født i 1888 og sluttet på skolen da han var 14 år. Da ble han omreisende kolportør av romanhefter for den nederlandske forleggeren Heiermann. I 1908 organiserte han kolportørvirksomhet i Torino. Senere ble han suksessrik forlegger av lettleste romaner i både Spania, Latin-Amerika og til slutt i hjemlandet Italia. Han lanserte blant annet tegneserien *Jumbo* (Antonutti 2013).

Forfatter Karin Sveen har fortalt dette fra sin barndom: “De [Sveens nærmeste venner og slektninger] følte seg ikke bekvemme i bokhandlene heller, og derfor ventet de til det kom en selger på døren, som tilbød Sigrid Undsets bøker på avbetaling og uten tillegg i prisen. Det var den eneste måten å få tak i bøkene på, økonomisk, psykologisk og sosialt. Slik fikk de også anskaffet Johan Falkbergets verker.” (*Morgenbladet* 1. – 7. juni 2007 s. 16)

“Diktere som var folkelesning, er blitt til støv i bibliotekenes magasiner. Der finner du Peter Egge og Ronald Fangen, Barbra Ring og Egil Rasmussen, Magnhild Haalke og Sigbjørn Hølmebakk, Gro Holm og Sigurd Christiansen, Jacob Breda Bull og Solveig Christov, Trygve Gulbrandsen og Johan Bojer. [...] De skrev bøker i en tid da dikterne var mediekonger. Dørselgere trålet landet på jakt etter kunder. “Hele Norges nasjonallitteratur, min herre. Samlede verker fra Sigurd Hoel og Aksel Sandemose. Betales i rimelige rater. Kan jeg komme innenfor?” En slik henvendelse ville nok vakt undring og skepsis i vår tid.” (Fredrik Wandrup i *Dagbladet* 14. november 2015 s. 60)

Den norske dikteren Ragnvald Skrede ble i 1936 anklaget for å ha hatt “utuktig omgang” med elever på den skolen der han underviste og arrestert. “Frå no av gjekk det utfor stupet, sjølv om kona Johanna støtta han og gav han alibi på viktige punkt. Skrede fekk tre års fengsel, tapte alle statsborgarlege rettar i ti år og vart frådømd retten til å vera lærar for alltid. [...] Etter å ha sona 2/3 av straffa slo han

seg atter ned i Rauland og arbeidde som damarbeidar og kolportør.” (*Klassekampen*
10. august 2013 s. 13)

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