

# Bibliotekarstudentens nettleksikon om litteratur og medier

Av Helge Ridderstrøm (førsteamanuensis ved OsloMet – storbyuniversitetet)

Sist oppdatert 10.01.19

Dette dokumentets nettadresse (URL) er:

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

## Subskripsjon

En forpliktende avtale, f.eks. om å kjøpe en bok. En forutbestilling, før produktet foreligger til salgs. En person forplikter seg overfor et forlag eller en annen instans til å kjøpe en bestemt bok når den blir trykket. Subskripsjonen fungerer som en bestilling av boka og i noen tilfeller som et for-salg (boka betales før den foreligger). Bokas “subskripsjonspris” er vanligvis lavere enn utsalgsprisen for verket i en bokhandel (hvis boka kommer i vanlig handel). Forlaget trenger å vite hvor mange som kommer til å kjøpe boka, og ha en forpliktende avtale om at den faktisk kjøpes (kjøperen melder ikke bare sin interesse, men inngår en avtale om kjøp). Ordningen fungerer som en etterligning av abonnementsordninger (Couty 2000 s. 389).

Subskripsjon som salgsmetode ble prøvd ut i England på slutten av 1600-tallet, og ble vanlig der og i det meste av Europa for øvrig fra midt på 1700-tallet (Gilmont 2003 s. 34). På 1700-tallet brukte noen forfattere subskripsjon for å sikre seg inntekt, slik at ikke forlaget fikk hoveddelen av den økonomiske gevinsten av et verk (Schütz 2010 s. 338). På 1700-tallet bidro denne publiseringsformen til å styrke forfatterens posisjon overfor forlaget (Schütz 2010 s. 24).

“From the late seventeenth to the early nineteenth century, many books were published by subscription in Britain and contained lists of the subscribers. Researchers at the Project of Historical Bibliography at Newcastle upon Tyne have used these lists to work toward a historical sociology of readership. Similar efforts are under way in Germany, especially among scholars of Klopstock and Wieland. Perhaps a sixth of new German books were published by subscription between 1770 and 1810, when the practice reached its peak. But even during their *Blütezeit*, the subscription lists do not provide an accurate view of readership. They left off the names of many subscribers, included others who functioned as patrons instead of as readers, and generally represented the salesmanship of a few entrepreneurs rather than the reading habits of the educated public, according to some devastating criticism that Reinhard Wittmann has directed against subscription-list research. The work of Wallace Kirsop suggests that such research may succeed better in France, where publishing of subscription also flourished in the late eighteenth

century. But the French lists, like the others, generally favor the wealthiest readers and the fanciest books.” (Robert Darnton i Towheed, Crone og Halsey 2011 s. 27)

Subskripsjon er “især i 1800-t. og første halvdel af 1900-t. en meget anvendt salgsform for store bogværker og leksika, udgivet løbende i hæfter eller enkelte bind; fx blev Dickens’ romaner solgt i hæfteform. Subskribenterne binder sig til at aftage hele værket og betaler, efterhånden som de enkelte hæfter eller bind udkommer eller i aftalte rater. Udgiverne får derved deres investering og indtægter fordelt over hele udgivelsesperioden. Salgsformen eksisterer stadig.” (<http://www.denstoredanske.dk/>; lesedato 14.03.14)

“Endel av bøkene Suttung forlag har utgitt eller hatt i kommisjon er dessverre utsolgt. Vi regner med å kunne trykke opp noen av dem på nytt. Å subskribere vil si at du sier deg villig til å kjøpe boka hvis og når den kommer ut på nytt. For oss er dette en måte å finne ut hvilke av våre utsolgte titler som er mest etterspurt, og subskripsjoner gjør det mer sannsynlig at ei bok kan bli trykt på nytt. En subskripsjon vil ikke koste deg noenting før boka ev. blir trykt opp på nytt. Vi håper at du vil sette pris på denne muligheten til å ønske deg nye opplag av bøker du savner. Vi kan likevel ikke gi noen garanti for hvorvidt det kommer til å skje eller når det kan bli aktuelt å trykke opp utsolgte bøker.” (<http://www.suttung.no/forlag/subskripsjon.htm>; lesedato 31.07.12)

Gutenbergs 42-linjers-bibel (ferdigtrykt i 1454-55) hadde et opplag på 180 eksemplarer og ble solgt gjennom subskripsjon (Schnyder 2007 s. 46).

Briten John Ogilby oversatte i 1654 den romerske dikteren Vergils epos *Aeneiden* til engelsk. Ogilby og hans forlegger brukte subskripsjon for å få utgitt det omfattende og rikt illustrerte verket. Alle adelige som bestilte verket via subskripsjon, fikk sitt navn, sin tittel og sitt våpenskjold trykket under de forskjellige illustrasjonene i den ferdige boka: “a Royal Folio Flourish’d, Adorn’d with Sculpture, and Illustrated with Annotations, Triumphant with the affixt Emblasons, Names, and Titles of a hundred Patrons, all bold Assertors in Vindication of the Work” (siteret fra Belle 2007).

I 1750 sendte franskmannen Denis Diderot ut 8000 eksemplarer av en brosjyre som oppfordret til å subskribere på et nytt leksikon som var under planlegging (Couty 2000 s. 409). På dette tidspunktet var det planlagt ti tekstbind og to illustrasjonsbind, men verket utviklet seg til å bli den enormt omfattende store franske *Encyklopedien*.

Den store franske *Encyklopedien* (1750-72) skal ha hatt 25.000 subskribenter over hele verden, og omtrent halvparten av personene levde utenfor Frankrike (Quinsat 1990 s. 322). Ikke bare lærde spesialister og rike aristokrater var blant subskribentene, men også f.eks. representanter for leseselskaper i små byer. Verkredaktør Diderot beskrev leksikonet i en “prospectus” for potensielle

subskribenter som et verk som ikke krever forkunnskaper, der artiklene henviser til og tydeliggjør hverandre og der fagterminologi følgelig ikke er noe problem. Verket ville derfor ifølge Diderot egne seg for alle typer bibliotek (gjengitt etter Quinsat 1990 s. 322). Men noen av personene som skrev seg på subskripsjonslista for *Encyklopedien*, følte seg etter hvert lurt. Det hadde blitt annonsert 10 tekstbind og 600 bildeplansjer, mens det ferdige verket hadde 17 tekstbind og 2305 plansjer. Det kom også anklager om at noen av plansjene var plagiater (Barbier 2007 s. 228-229).

Den franske forfatteren Voltaires epos *Henriaden* (1728) ble solgt ved subskripsjon i London (Couty 2000 s. 1277). På begynnelsen av 1770-tallet ble det for øvrig startet subskripsjon i Madame Neckers litterære salong for å reise en statue av Voltaire. “Towards the end of his life, his friends decided to erect a stature in his honour, an idea that originated with Suzanne Curchod [...], wife of the rich Protestant banker Jacques Necker and hostess of a literary salon frequented by leading philosophes of the day. A public subscription was launched. Voltaire was flattered, but concerned that at the age of 76 he would die before it was completed” ([http:// quintessentialruminations.wordpress.com/](http://quintessentialruminations.wordpress.com/); lesedato 04.09.13).

Den engelske dikteren John Gay ble berømt for sin balladeopera *The Beggar's Opera* (1728), som handler om kriminelle i London. Gays oppfølger *Polly* ble forbudt av den engelske sensuren, men ble i 1729 solgt med subskripsjon som skriftlig skuespill. “As a result of the Lord Chamberlain's ban, Gay decided to publish the work himself, by subscription, with the help and support of a number of his aristocratic patrons and in particular Catherine Douglas, the Duchess of Queensberry (1701-1777). Whereas Gay had sold his copyright in both *The Beggar's Opera* and his first collection of *Fables* to the publisher Jacob Tonson (1655/56-1736) and the printer John Watts for 90 guineas, the decision to publish *Polly* in his own name would prove far more lucrative. Burgess, for example, estimates that as a result of publishing the work, Gay amassed something in the region of £1200 which, as he notes, was “more than Gay could have hoped for had the play been produced”. Not surprisingly, however, *Polly's* status as *the* cultural *cause célèbre* of early 1729 virtually guaranteed that unauthorised versions of the work would emerge. Gay published *Polly* in early April 1729 priced six shillings; within a week pirate editions of his work were available in octavo format for one shilling (without the music) or a shilling and sixpence (with the music).” ([http:// copy.law.cam.ac.uk/cam/commentary/uk\\_1737a/uk\\_1737a\\_com\\_972007163040.html](http://copy.law.cam.ac.uk/cam/commentary/uk_1737a/uk_1737a_com_972007163040.html); lesedato 24.09.14) “[T]he Duchess of Queensberry set herself at the head of the undertaking, requesting subscriptions for *Polly* wherever she went. [...] his neverfailing friend and benefactor the Duchess of Queensberry rushed to his aid, and incidentally provided the “sensation” of the season for London society.” ([http:// archive.org/stream/pollyoperabeings00pepuuoft/pollyoperabeings00pepuuoft\\_djvu.txt](http://archive.org/stream/pollyoperabeings00pepuuoft/pollyoperabeings00pepuuoft_djvu.txt); lesedato 26.11.14)

“During the winter of scarcity of 1794, Hannah More wrote “a few moral stories,” drew up a plan for publication and distribution, and sent the package around to her evangelical and bluestocking friends. [...] Following Wilberforce’s example, such wealthy philanthropists subscribed over 1,000 pounds to support the project during its first year. Henry Thornton agreed to act as treasurer and Zachary Macaulay as agent, and the ball was rolling. In March 1795, the Cheap Repository of Moral and Religious Tracts issued its first publications. Prominent evangelicals and gentry worked to distribute them to the rural poor, booksellers, and hawkers and among Sunday schools and charity children.” (<https://www.cambridge.org/core/journals/journal-of-british-studies/article/hannah-more-meets-simple-simon-tracts-chapbooks-and-popular-culture-in-late-eighteenthcentury-england/>; lesedato 08.08.18)

“Olea Crøger var en av de første som systematisk samlet inn folkeviser og melodier i Telemark. Samlingene overlot hun til M. B. Landstad og L. M. Lindeman. [...] Allerede 1842 hadde hun en samling av folkeviser og stev ferdig som hun leverte til forleggeren P. T. Malling i Christiania. Da det trakk ut med utgivelsen, henvendte Olea Crøger seg til sogneprest Thønnesen i Nissedal for mannlig assistanse til utgivelsen. Han sendte 1843 ut en subskripsjonsinnbydelse på *Norske Folkeviser, samlede af en norsk Dame, gjennemseet og forsynet med den nødvendige Ordforklaring af Pastor Thønnesen, samt med Melodier af Organist Lindeman.*” ([http://nbl.snl.no/Olea\\_Cr%C3%B8ger](http://nbl.snl.no/Olea_Cr%C3%B8ger); lesedato 12.03.14)

“I Commission hos Undertegnede er udkommet: Ordbog over Det Lappiske Sprog med latinsk og norsk Forklaring samt en Oversigt over Sprogets Grammatik. Udarbeidet og med offentlig Understøttelse udgivet af Professor J. A. Friis. 1ste Hefte. Værket vil udgjøre ca. 50 Ark og udkomme med et Hefte paa 10 Ark hvert Halvaar. Subskriptionspris 3 Kr. pr. Hefte. Christiania i Juni 1885. Jacob Dybwad.” (avisnotis fra 1885; sitert fra *Aftenposten* 8. juli 1985)

“Det er som å avduke et restaurert monument når den vakre hundreårs-utgaven av Ibsens samlede utgis på nytt. Men det er også som å pakke ryggsekken for 2000-tallet. Det er 71 år siden hundreårsutgaven av Henrik Ibsens samlede skrifter ble påbegynt, nettopp til 100-årsminnet for hans fødsel, og 41 år siden praktverket ble fullført. [...] Man kan spørre seg om tiden har løpt fra det borgerlige behovet for å eie Ibsen i praktinnbinding. Den opprinnelige utgivelsen strakte seg over 30 år, man tegnet subskripsjon og etterlot seg den komplette utgaven som et arvestykke.” (*Aftenposten* 18. november 1999 s. 23)

Den tyske teologen og litteraturhistorikeren August Friedrich Christian Vilmar holdt på 1800-tallet en foredragsserie om tysk litteratur i et konditori i Marburg i Tyskland, der vanligvis ca. 200 tilhørere var til stede. Da foredragsserien var slutt, ble det satt i gang subskripsjon for å få utgitt foredragene som et samlet verk, og dette verket kom ut i 1845 med tittelen *Forelesninger om den tyske nasjonallitteraturens historie* (Neuhaus og Holzner 2007 s. 164 og 168).

Den britiske The Alpine Club ble grunnlagt i 1857, hadde sitt eget bibliotek og ga ut et eget tidsskrift, *Alpine Journal*. I utgavene var det ofte en subskripsjonsliste for dem som ønsket nyoptrykk av tidligere nummer (<http://babel.revues.org/1971>; lesedato 29.07.15)

“Kathasaritsagara (Ocean of rivers of stories) is a famous 11th century collection of Indian legends, fairy tales and folk tales as retold by a Saivite Brahmin named Somadeva. [...] The only complete translation into English is by C. H. Tawney (1837-1922), published in two volumes (1300 pages in all) in 1880. This was greatly expanded, with additional notes and remarks comparing stories from different cultures, by N. M. Penzer, and published in ten volumes (“privately printed for subscribers only”) in 1924.” (<http://hinduebooks.blogspot.no/2010/06/katha-saritsagara-of-somadeva-bhatta.html>; lesedato 18.07.16)

“Huset har lenge vært et sentralt motiv i Eva Laila Hilsens bilder. Nå har hun funnet ett bestemt, i Jon Fosses roman “Naustet” fra 1989. [...] Eva Laila Hilsen ble sterkt grepet og betatt da hun leste den lille boken og har selv tatt initiativet til den utsøkte bibliofilutgaven, som nå er trykt i et opplag på 65 eksemplarer og finansiert bl.a. ved hjelp av Norsk kulturråd, lokalt næringsliv i Valdres samt privat subskripsjon.” (*Adresseavisen* 5. september 2002 s. 22)

Privatpersoner kan drive subskripsjon uten å gå via et forlag, f.eks. ved å leie et trykkeri og selv sende bøkene ut til abonnentene. Den tyske dikteren Friedrich Gottlieb Klopstock gjorde dette med en av sine tekster i 1773, men dårlig kvalitet på boka da den var ferdigtrykket diskrediterte ordningen (Faulstich 2002 s. 188). Subskripsjon fungerer best hvis forfatteren allerede er godt kjent, og har en stor venne- og leserkrets (Barner et al. 1981 s. 75).

Klopstock tjente en stor sum penger på å selge et ennå ikke ferdigskrevet diktverk gjennom subskripsjon. Han fikk over tre tusen abonnenter for en vanskelig tilgjengelig tekst som antakelig få ville kjøpt etter å ha lest korte deler av den i en bokhandel (Neuhaus 2009 s. 152).

Spesielt dyre verk er det nærliggende for forlag å anvende subskripsjon på. Amerikaneren William Bradfords *The Arctic Regions illustrated with Photographs taken on an Art Expedition to Greenland* (1873) ble solgt ved bruk av subskripsjon. Boka inneholdt mange fotografier og var dessuten praktfullt innbundet. Prisen var svært høy: 25 guineas (Coron 1998 s. 90-91). Også tidsskrift har blitt solgt ved subskripsjon. Det gjaldt f.eks. det franske poesi-tidsskriftet *Konkylien* på 1890-tallet. Prisen på dette elitistiske tidsskriftet var med vilje satt kunstig høyt (Coron 1998 s. 216).

I en engelsk bok om den franske elva Seinen (Jean Baptiste Sauvan: *Picturesque Tour of the Seine, from Paris to the Sea – Particulars historical and descriptive*,

1821) ble subskripsjonslista for boka trykket fremst i verket, slik at vi i dag kan vite hvem som var interessert i slik litteratur i det området der subskripsjonen foregikk (Barbier 2007 s. 288).

Den skotske forfatteren Walter Scott hadde stor suksess med sine historiske romaner i store deler av Europa på 1800-tallet. I Frankrike begynte forlaget Nicolle et Ladvoat å utgi en utgave av Scotts samlede verker. Men Scott var da fortsatt en aktivt skrivende forfatter, slik at antall verker stadig ble utvidet. Hele bokserien skulle selges ved subskripsjon, og alle interesserte visste at nyskrevne bøker av Scott ville komme med i serien etter hvert (Lyons 1987 s. 135).

Den amerikanske science fiction-forfatteren William Shuler Harris' *Life in a Thousand Worlds* (1905) ble en bestselger på grunn av subskripsjon (Moskowitz 1967 s. 17).

En studieutgave i 7 bind av den tyske forskeren Alexander von Humboldt ble solgt ved subskripsjon av det tyske Wissenschaftliche Buchgesellschaft på 1980-tallet.

“Skjulte kunst-aktører. [...] Grønnsakhandler Øivind Johansen var en kort tid fremme i rampelyset for noen år siden i forbindelse med en serie bøker med Ibsen-grafikk som han ga ut sammen med den franske forleggeren Edouard Weiss. De tre første seriene, “Peer Gynt”, “Brand” og “Hedda Gabler”, var utført av Frans Widerberg, Jens Johannessen og Håkon Bleken og ble raskt utsolgt. [...] Bøkene ble solgt ved subskripsjon, det vil si at kjøperne satset penger i prosjektet før bøkene forelå. Potensielle kjøpere ble invitert til visninger på Restaurant Bagatelle og Hotell Continental i Oslo. Ved å skyve risikoen over på kjøperne reduserte Johansen og Weiss sjansen for egne tap til et minimum.” (*Dagens næringsliv* 1. september 1990 s. 26)

Forfatteren Sigurd Heiestad har fortalt om da han var gutt: “Senere fikk jeg ansettelse i en bokhandel, og da gikk det bedre. Det var på den tiden da Clara Tschudi, Amalie Skram og Asbjørnsen og Moe kom ut i subskripsjonshefter. Det hørte med til jobben å gå rundt til abonnentene – jeg hadde distriktet omkring St. Hanshaugen – og ringe på og innkassere kontingenten. En dag ble det stor stas. En kunde hadde bestilt “Appelsin-Herman. Kristianiagutten som blev russisk Millionær”. Jeg rusket fra meg de øvrige abonnentene, og den tiden jeg vant inn, benyttet jeg til å sitte på Mærrahaugen, fordypet i “min” “Appelsin-Herman”. Jeg sender herved kunden i Bergstien min hjerteligste takk for liflig lesning, og ber ham unnskyldte forsinkelsen.” (Heiestad 1946 s. 11-12)

“Asbjørnsen og Moe sendte ut sin subskripsjonsinnbydelse til den første eventyr-samlingen” (Birkeland og Risa 1993 s. 156).

“Rudolf Muus er trolig den mest produktive skribenten Norge noen gang har hatt. [...] Når mange av romanene Muus skrev, ble svært omfangsrike, var nok en av

årsakene at de ofte ble utgitt som føljetonger eller abonnementshefter, dvs. at trykkark på 16 eller 32 sider ble sendt rundt til faste abonnenter en gang i uken. Deretter kunne den enkelte leser få dem bundet inn. For å holde på kundene var det viktig å gi dem valuta for pengene.” (Willy Bakken i [http://nbl.snl.no/Rudolf\\_Muus](http://nbl.snl.no/Rudolf_Muus); lesedato 28.08.14) Subskripsjon på hefter som til sammen utgjør et helt verk, eller en bokserie, fungerer som et abonnement.

“Two precursors to subscription publishing come together in nineteenth century America. The first, chapbooks, were cheaply printed works with crude images and paper covers sold door to door. The second were works written by authors for an economically privileged audience. Well-to-do patrons, to whom such works might be dedicated, or subscribers who paid in advance for the opportunity to acquire a work: such an audience was able to make a publisher’s investment secure even before a book was printed and sold. Subscription publishing became an accepted method of publication during the seventeenth century. As a way of acknowledging subscribers, authors included printed lists of subscribers in the work, often at the beginning, in place of or in addition to a dedication. The works typically sold by subscription in the seventeenth century were atlases, geographies, and histories, especially Bible histories. But important works of English literature were also published in this manner. Among them was, for example, the first illustrated edition of Milton’s *Paradise Lost*, published by the great London publisher, Jacob Tonson in 1688. Its subscriber list names more than five hundred prominent individuals. [...] By the eighteenth century, more and more popular works were published by subscription. This is one of several copies of *Camilla* [av Fanny Burney] that belonged to the Duchess of York, a subscriber, along with Jane Austen, Edmund Burke, Maria Edgeworth, and David Hume. The subscriber’s list consumes thirty-eight pages. One can be certain that it was poured over by those whose names were, and were not, included, whether or not one was actually interested in reading the novel. In many cases, those seeking to move up the social ladder, and with sufficient resources at their disposal, would willingly subscribe to a publication just to see their name in proximity with royalty and other illustrious persons of the age. [...] In the early eighteenth century, subscriptions begins to be used in the colonies (which had less disposable income than the mother country) as a way of underwriting the production of books that, in England, would have been published simply as part of the trade.” (<http://www.library.upenn.edu/exhibits/rbm/agents/case2.html>; lesedato 30.04.14)

“Sold only by subscription” betydde for den amerikanske 1800-tallsforfatteren Mark Twain at hans lesere “didn’t buy his new book in a bookstore, but rather from a sales agent who called at their home or workplace with a bound prospectus and a prepared spiel [= annonse]. There were tens of thousands of these agents going door-to-door through the villages, towns and cities of America during the heyday of the system, which coincided with the first twenty-five years of MT’s [= Mark Twains] career. Commentators on subscription publishing often assume that the average agent was a Civil War veteran, but the few references to specific agents

[...] suggest that many of them were women [...] Selling MT's books by subscription meant that they cost about three times as much as comparable trade books. You can see this vividly by comparing the price quoted in the Webster & Co. ad for the subscription edition of *Life on the Mississippi* with the price in an ad for the Harpers' trade edition that came out just two years later. Subscription prices enabled MT to make a lot more money from his popular works, but when Bliss included a defense of the cost of subscription books on the back pages of *Tom Sawyer* he didn't mention profit. "Sold by subscription" meant that MT's books were aggressively marketed." (<http://twain.lib.virginia.edu/marketin/soldxsub.html>; lesedato 09.04.14)

"Subscription publishers talked about canvassing agents the way Hank Morgan describes the knights he sends through Arthur's kingdom, as "missionaries of civilization," bringing to small towns and remote districts the light of the word – that is, of a great many words, for subscription books needed to be long to help justify their price. Most trade publishers, and many other writers, attacked the system as a mercenary debasement of literature into mere business. According to Nathaniel Hawthorne's son Julian, agents were "trained to talk a man into a state of imbecility, and then, under guise of giving him something he does not want, to rob him of his money." To MT [= Mark Twain] this sales method largely defined his audience: "When a subscription book of mine sells 60,000," he wrote Henry Rogers, "I always think I know whither 50,000 of them went. They went to people who don't visit bookstores" [...]. It also had a great deal to do with shaping his art. His genius enabled him in many ways to transcend the terms of the system: his *Gilded Age*, for example, was the first subscription novel. But in other ways his imagination remained captive to the circumstances of selling books door-to-door. "A well-made novel," "an original work of art" – these weren't slogans agents could use to convince a potential customer to pay \$4.50 for a book when the average daily wage was less than \$2.00. "Nearly 700 pages . . . and a laugh on every page" (as agents were instructed to promise buyers of *Following the Equator*) – that was the kind of thing MT and his publishers assumed the reader who bought a book "by subscription" was looking for." (<http://twain.lib.virginia.edu/marketin/soldxsub.html>; lesedato 29.04.14)

"As MT's career went on, he found additional ways to sell his books. When he started up his own firm, he never hesitated about making it a subscription company. Its first marketable commodity was *Huck Finn*, and in marketing it MT had Webster follow the techniques of Bliss's company. But he also hoped to secure at least 40,000 subscribers by December, 1884, so that he could publish by December 15, and then "dump" thousands of additional copies into bookstores in time to catch the holiday trade. When someone defaced *Huck's* prospectus, publication had to be postponed until the start of 1885, but by the summer of that year you could buy the novel in stores. By the 1890's, the subscription system was on its way out. Harpers, an established trade publisher, took over the sales of his earlier books. Yet much of MT's success as a writer, and many of his weaknesses, were equally the product of

that system.” (<http://twain.lib.virginia.edu/marketin/soldxsub.html>; lesedato 09.04.14)

Såkalte “subscription libraries” var bibliotek finansiert av privatpersoner og der kun betalende medlemmer og spesielt utvalgte personer hadde adgang. Tavistock Subscription Library i Devon i England ble grunnlagt i 1799 da “a self-reliant group of citizens [...] established a subscription library. The founding fathers were the Reverend F. William Evans, the owner-master of a school at Kilworthy House and later at Parkwood House and Minister of the Unitarian Church, and three young men. They were John Cummins whose family had interests in local mining, Edward Atkyns Bray, son of the Duke’s local agent and a law student (he abandoned law and became Vicar of the town), and John Taylor, mine captain of Wheal Friendship and designer-surveyor-engineer of Tavistock Canal. The nascent library had the use of a room over the West Street shop of bookseller and stationer William Tapson. Two decades later it had prospered sufficiently for the members to have their own building designed and built. [...] The library’s prosperity declined with the development nationally of free public libraries provided by town and City councils. An Act of 1850 made the provision mandatory and incidentally resulted in civic pride being displayed in imposing library buildings of the style Duke John disapproved of in Tavistock. [...] [I 2014:] Every subscriber has a door-code to the library so can ‘drop in’ at any time to thumb through a local newspaper or magazine or rifle the shelves for works of local interest or a recent book on Dartmoor. An active writers’ group meets every Tuesday and authors donate copies of their published work. [...] There are very few subscription libraries and Tavistock’s is perhaps the smallest and one of the oldest having been in existence for over two hundred years.” (<http://tavistocksubscriptionlibrary.co.uk/v1/home/>; lesedato 26.12.14)

Den britiske forfatteren Justin Pollard var i 2010 med på å starte det kommersielle selskapet Unbound. Pollard “first got the idea for a radical new model for book publishing while sitting in the pub with his friend and fellow author Dan Kieran. [...] For inspiration, they looked partly to the music industry, and bands like Marillion who, after they were dropped by their record label, asked their fans directly to put up enough money for a recording session and printing. At the same time, they looked back to a much older model of book publishing. “Subscription publishing is extremely old when it comes to books,” Pollard says. “It’s how Johnson’s dictionary was published, as well as a large number of 18th- and 19th-century novels.” From the yoking together of these two ideas – online pledging in the music business, and old-fashioned subscription publishing – Unbound Books was born. The site, launched last May, acts as a forum for authors to pitch books directly to readers, who, if they like the sound of a project, commit money right away, before the book has even been written. Each book has a target number of pledges it must receive to be viable (generally between 500 and 1,000). When you click on a book on the site, you are shown how many pledges it needs in total, and the percentage it has so far received. You can then pledge your support at a number

of levels: from buying the ebook (generally £10), through purchasing the hardback (usually £20) or a signed copy (£50), all the way up to being invited to the launch party (typically £150) or, sometimes, going on an excursion with the author. Pollard points out that although pledging involves handing over actual money, supporters aren't taking a risk, because if the book doesn't receive the required number of pledges, the project is scrapped and everyone gets their money back.” (William Skidelsky i <http://www.guardian.co.uk/books/2011/dec/18/book-publishing-digital-radical-pioneers>; lesedato 22.02.13)

“Falck forlag, ledet av Christer Falck, satt i fjor i gang bokprosjekter om alle Tippeligalagene. Finansieringen er det fansen selv som står for, ved at de forplikter seg til kjøp allerede nå.” (<http://bokelsker.wordpress.com/tag/falck-forlag/>; lesedato 13.05.13) “Folkefinansiering, eller crowdfunding som det kalles på “godt norsk”, ordner biffen. Wikipedia omtaler folkefinansiering som “når enkeltpersoner går sammen om å støtte et prosjekt, enten ved hjelp av penger eller andre ressurser”. [...] I Norge har navnet Christer Falck en tendens til å dukke opp om vi søker etter informasjon om emnet. [...] i disse dager pakker og sender Falck forlag de første i en serie folkefinansierte bøker om norske tippeligaklubber, ført i pennen av et knippe profilerte fotballskribenter og journalister. Etter en treg start og noe kritikk av betalingsløsningen, ble 15 av 16 bøker sluttsolgt.” (*Dagbladet* 10. mars 2013 s. 33)

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