



LUND UNIVERSITY

Marknaden för populuxetryck efter sekelskiftet 1800

Strömquist, Helena

Published in:

Bokhistorier : Studier tillägnade Per S. Ridderstad

2007

[Link to publication](#)

Citation for published version (APA):

Strömquist, H. (2007). Marknaden för populuxetryck efter sekelskiftet 1800. I K. Lundblad, E. Nilsson Nylander, T. Rydén, & H. Strömquist Dal (Red.), *Bokhistorier : Studier tillägnade Per S. Ridderstad* (s. 164-171). Bokförlaget Signum.

Total number of authors:

1

General rights

Unless other specific re-use rights are stated the following general rights apply:

Copyright and moral rights for the publications made accessible in the public portal are retained by the authors and/or other copyright owners and it is a condition of accessing publications that users recognise and abide by the legal requirements associated with these rights.

- Users may download and print one copy of any publication from the public portal for the purpose of private study or research.
- You may not further distribute the material or use it for any profit-making activity or commercial gain
- You may freely distribute the URL identifying the publication in the public portal

Read more about Creative commons licenses: <https://creativecommons.org/licenses/>

Take down policy

If you believe that this document breaches copyright please contact us providing details, and we will remove access to the work immediately and investigate your claim.

LUND UNIVERSITY

PO Box 117
221 00 Lund
+46 46-222 00 00

BOKHISTORIER

Studier tillägnade Per S. Ridderstad

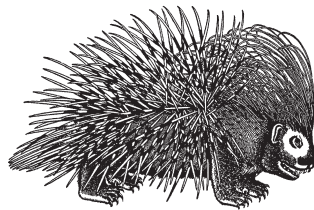
Redaktörer

Kristina Lundblad

Eva Nilsson Nylander

Thomas Rydén

Helena Strömquist Dal



BOKFÖRLAGET SIGNUM · STOCKHOLM · MMVII

Boken är tryckt med bidrag från
Ridderstads stiftelse för historisk grafisk forskning

© Författarna & Bokförlaget Signum 2007
Grafisk form: Göran Andersson
Kristianstads Boktryckeri AB, Kristianstad 2007
ISBN 978-91-87896-91-0

Innehåll

Kristina Lundblad, Inledning · 9

TEXT OCH TANKE

- Mats Malm, Hur lärde sig muserna dikta på svenska · 13
Eva Nilsson Nylander, Transmutationen i Trastevere · 23
Andreas Önnersfors, Filosofen i biblioteket · 37
Svante Nordin, Viktor Rydberg, bokhistorien och metafysiken · 47
Sten Kindlundh, Viga-Glúms saga – Två texter · 55
Patrik Lundell, Monument av brons och papper · 65

BOKENS FORMER

- Lea Niskanen, Det mirakulösa broderandet av världen · 73
Lena Johannesson, Stockholms stadshus som visuellt och verbalt emblem · 79
Thomas Rydén, Den dematerialiserade inskriften · 89
Kristina Lundblad, Kodexsimulationer · 95
Mats Dahlström, En egen bok · 105

TRYCK

- Björn Dal, Tusen år före Gutenberg · 113
Gunnel Hedberg, ”Hafva för gäld rymt” · 129

BOKENS MARKNAD

- Mirjam M. Foot, Bookbinders' Guilds in northern Europe during
the seventeenth and eighteenth centuries · 141
Helena Strömquist Dal, Marknaden för populuxetryck efter
sekelskiftet 1800 · 165
Roger Jacobsson, Tryckkultur i provinsen · 173
Esko Häkli, Encyklopedin som enmansföretag · 183
Ann Steiner, Kommersiell folkbildning · 191
Gunnar Broberg, Södra Esplanaden lördag klockan 07.00 · 201

I BIBLIOTEKET

- Wolfgang Undorf, Svenska Inkunabelförvärv · 211
Birgitta Olander, Universitetsbiblioteket i Lundagård · 223
Ingrid Svensson, Till minne av ett kinkigt arbete · 231
Gunnar Sahlin, Digitaliseringens betydelse för den humanistiska
forskningen · 243
Karin Wijkström, Per Soldan Ridderstads inköp
av konstnärliga bokband till KB · 253

Per S. Ridderstads biografi · 265

Per S. Ridderstads bibliografi · 266



Almanackor och barbböcker i dekorerade band från förlag och bokhandel 1802–1876.

HELENA STRÖMQUIST DAL

Marknaden för populuxetryck efter sekelskiftet 1800

UNDER 1800-TALETS första decennier annonserar bokhandlarna sina varor flitigt i dagspress och förlagskataloger. En av dem var bokbindare Norman som hade bod i ett av husen vid Stortorget i Stockholm och ett marknadsstånd vid Börshuset på Slottsbacken. Genom de utförliga beskrivningar Norman ger av sina varor kommer man rätt nära det tidiga 1800-talets framväxande konsumtionsmarknad.¹ Vad som slår mig när jag läser Normans förlagskataloger, och som jag här vill lyfta fram, är hur tryckkulturens varuutbud, då som nu, är bemängt av kommers och krimskrams. Många av de varor som Norman säljer är inte heller böcker i vanlig mening utan trycksaker av annat slag, konversationskort, sällskapsspel, noter och bilder. Här framträder läskulturen i hela sin materialitet; genom sina produkter förvandlas den till en umgängeskultur där förlagsartiklarnas formgivning intar en väsentlig plats i konsumtionen. Man kan kalla det att Norman säljer *populuxe*, mer eller mindre exklusiva varor producerade för en större konsumentmarknad.² De här produkterna lockade framförallt bemedlade bönder och ett växande mellan- och överskikt av stadsbefolkningen. Litteraturen var jämförelsevis lättillgänglig till form och innehåll och vände sig ofta till kvinnor och barn, betydelsefulla målgrupper för förläggarna under den här tiden.

Till jul såldes bland annat mängder av almanackor och litterära kalendrar i fina band. Bokhandlare Cleve annonserar "Wiener Damen-Kalender", "Wielands Historicher Kalender" med "präktiga kopparstick", "Gothaer, Lünenburger, Hamburger och Göttinger Musen-Alamanach i wackra band och med förgyld schnitt."³ Lindh sålde hovkrigs- och stadskalendrar i Kungl. Vetenskaps Akademiens hus där han

hade en disk, samma kalendrar såldes också i bokhandlarnas bodar i staden och i flera stånd på julmarknaden. Norman annonserar sina almanackor i ”åtskilliga gentila band, försedde med flera sorter gravurer” och Stadtländer ”Fruentimmers-Almanackor i Siden-Band”.⁴ De litterära almanackorna var en ny typ av periodisk press med ett varierat och lättamt innehåll av litterärt eller nyhetsmässigt värdefullt slag; mode, trädgård, musik, resor och praktiska råd var vanliga ämnen. Kalendrarna var lättlästa och tilltalande i utförandet, de innehöll graverade och kolorerade bilder, kartor, statistiska tabeller och information om årets dagar och högtider. Kalendrarna var bundna i dekorerade pergamentband, franska band, eller i saffian- och sidenband till varierande priser.⁵

Barnlitteratur börjar också göra sig gällande som en inkomstbringande förlagsartikel för förläggarna. Och till jul då barnen och deras julklappar står i fokus annonseras barnböcker av så gott som alla. Till stora delar bestod denna litteratur av översättningar och bearbetningar av franska och tyska artiklar, den var fostrande till karaktären men innehöll också berättelser och sagor. En titel som rätt väl sammanfattar innehållet i dem alla är *Tidsfördrif för unga flickors förstånd och hjerta, eller Skildring af ädla Karaktärer, moraliska Berättelser, och Fabler, lätta och fattliga för unga sinnen*. Till denna förlagsartikel hörde elva kopparstick.⁶ Undervisande litteratur i historia, geografi, och framförallt naturlära ingick också i denna trend av förhållandevis exklusiv barnboksutgivning. Känd är Lindhs *Natural-historia af Buffon* som riktar sig till barn och utgavs åren 1806–1807 i fyra delar. Till de allra flesta barnböckerna följde bilder, graverade kopparstick och etsningar, senare xylografer och litografer. De kolorerade bilderna var ett starkt försäljningsargument som också påverkade bokens pris avsevärt.⁷ Lindhs *Natural-historia* kostade fyra riksdaler i orange förlagspappersband!

Andra trycksaker för barn som Norman sålde var färglagda ABC-kort eller berättelser med tillhörande ”flyttbara colorerade och utklippta figurer”, liksom spelkort med mer eller mindre ”löjliga” och ”komiska scener” och motiv.⁸ Sällskapsspel på olika teman med kolorerade spelrutor och tillhörande markörer och tärningar såldes också, ett av dem med titeln *Resan till Hymens altare, eller Ägtenskaps-Himmelen*, med tjugotvå färglagda kort och en spelplan. I bodarna kunde man även köpa konversationskort på olika språk, spåkort, ”mekaniska kort”, lotterier och skuggspel med tillhörande figurer och teater.⁹ Graverade och litograferade bilder och musik är exempel på andra omtyckta varor som salufördes året runt. I en av bokbodarna vid Södersluss kunde man

köpa ”musicalier och estamper, samt bästa sort Choklade, med och utan vanille”.¹⁰

För stora delar av befolkningen var de regelbundet återkommande marknaderna den främsta handelsplatsen långt fram på 1800-talet och de spelade också en viktig roll för bokhandeln. Till marknaden reste bokbindare med uttalad handelsprofil och flera av de större bokhandlarna var närvarande själva eller sände representanter.¹¹ Inför marknaderna annonserade bokhandlare sitt sortiment i lokalpressen eller i förlagskataloger, bland andra Holmberg, Utter och Silverstolpe. Ofta fanns också sex till sju bokbindare på en enda marknad och konkurrensen mellan dem lär ha varit hård.¹² Ute i landet var ”Hinnermässen” i Örebro och ”Distingen” i Uppsala stora marknader under vinterhalvåret och under sommaren ”Morsmässen” i Västerås. I tidskriften *Läsning för folket* 1837 berättas att det årligen hölls mellan fyrahundrasextio och fyrahundrasjuttio marknader i Sverige, några av dem under en enda dag.¹³ De viktigaste marknaderna i Stockholm var Mickelsmässmarknaden några veckor under månadsskiftet september–oktober som hölls på Skeppsbron och Thomasmässmarknaden dagarna före jul. Under julmarknaden samsades ett hundratal hantverkare på Stortorget och på Slottsbacken. Bland sockerbagare, guldsmeder, hattmakare, korgmakare och andra var bokbindarna den absolut största gruppen vid sidan av nipperhandlerskorna och bagarna; tolv av inalles nittiofem hantverkare.¹⁴ Kolorerade trycksaker, billiga prydnadsföremål, smycken och fint bröd sålde bra till jul.

Under 1800-talets första hälft skapade tillväxten i jordbruket förutsättningar för en växande hemmamarknad av konsumtionsvaror. De två första decennierna av 1800-talet betecknas som en ekonomisk uppgångsperiod, därefter följde en viss nedgång fram till 1850-talet. Efterfrågan på textilier pekar emellertid här ut vägen med en stadigt växande konsumtion. Under nedgångsperioden efter 1820 var efterfrågan på textilier av fina kvaliteter med nya mönster störst. Från 1850-talet och framåt gäller däremot det omvända; sämre kvaliteter till lägre pris såldes då i större utsträckning. En förklaring till den tidiga periodens efterfrågan är att den i första hand härrörde ur landsbygdens och städernas övre skikt – de välbeställda bönderna och borgarna – medan den senare perioden visar på de lägre skiktens ökade förmåga att köpa varor.¹⁵

Den växande marknadskulturen, bland annat genom avsaluslöjden, bidrog också till den ekonomiska utvecklingen. Marknaden lockade befolkningen att köpa varor.¹⁶ De här tendenserna kan man skönja

redan under 1700-talets andra hälft, bland annat i Frankrike där en marknad för populuxevaror successivt växer fram. Populuxe betecknar mer eller mindre exklusiva varor producerade för en större konsumentmarknad, det är populär lyx eller lyx för alla.¹⁷ Strumpor, snusdosor och paraplyer är exempel på populuxevaror som också gjorde intåg i Sveriges bredare befolkningslager. Ett annat exempel är galoscher. Ville man vara modern på landsbygden i mitten av 1800-talet skulle man bära gummigaloscher. Sigfrid Svensson berättar om ett bröllop i Villands härad i Skåne på 1870-talet dit både män och kvinnor kom i blanka glänsande gummigaloscher. Ingen makt på jorden skulle ha kunnat förmå dem att ta av sig dessa galoscher.¹⁸

Förströrelselitteratur som litterära almanackor och annan mer eller mindre kostsam periodisk press, romaner och berättelser, barnböcker, spel och andra trycksaker var en del av denna populuxemarknad. I ett bokmarknadshistoriskt perspektiv brukar det sägas att det var förläggarna som skapade nya konsumentgrupper genom sina förlagsartiklar. Ett exempel är det Blå biblioteket, billiga böcker i blå pappersomslag med välkända men förkortade texter satta med en uppdelad och lättläst typografisk form.¹⁹ När det gäller annan varuproduktion till exempel av textilier har det dock visat sig att efterfrågan i sig spelade en avgörande roll för utvecklingen av en konsumtionsmarknad från 1700-talet och framåt, ett förhållande som sannolikt är giltigt även för trycksaker.²⁰

För förläggarna och tryckarna handlade det om att i hård konkurrens locka nya konsumenter av tryckprodukter. Att den grafiska formen hade avgörande betydelse som en väg till ekonomisk framgång visade redan Nicholas Jenson. När det gäller böcker och andra trycksaker vet vi att det för en hel del produkter fanns en medveten formgivning dels för genrer dels för olika konsumentgrupper.²¹ Samma förhållande kan avläsas i olika bandformer. Ett tydligt exempel ger en av våra vanligaste böcker, psalmboken, som fanns i de flesta hem på den här tiden. Pressförgyllda och bjärt målade pergament- och skinnband med folkliga motiv såldes tillsammans med exklusivt bundna och guldtryckta röda och gröna marokängband. Dessa band var relativt dyra, formmässigt var de dock avsedda för konsumenter från olika kulturella skikt av befolkningen.²²

Formgivning i sig, medvetna val av material, färger och mönster kom att utgöra en kraftig drivmotor i utvecklingen av en konsumtionsmarknad under 1800-talet.²³ Materiell, grafisk och innehållslig form var också avgörande för många förlagsartiklars goda avsättning. Den

var också ett starkt försäljningsargument i all annonsering under den här tiden. Ord som ”nöjsam”, ”angenäm”, ”tidsfördrif”, ”frågor för”, ”teckningar af”, ”öfning”, ”promenadläsning” används konsekvent för att beskriva innehållet och karaktärisera läsningen av denna litteratur. Varornas estetiska och materiella kvaliteter framhålls också på ett helt annat sätt än i annan annonsering. Man tryckte på ”fint” papper som post- eller vélinpapper, medföljande gravyrer var kolorerade; ju fler de var, ju högre underhållningsvärde tycks de ha haft. Böckerna är ”snyggt” bundna eller säljs i ”gentila”, ”granna” och ”wackra” band med förgyllt snitt. Relativt dyra franska band och saffianband annonseras ofta.

Ett populärt överdragsmaterial till band, askar och fodral var annars siden, och de dyraste banden köpte man i denna sköra textil.²⁴ Tryckta och kulörta pappersband förekommer också, särskilt som förlagsband. Vad som här kommer till uttryck är möjligheten att välja efter tycke och smak. Almanackorna, barnböckerna, spelen och korten bär genom sitt estetiska och materiella värde, i kombination med innehållet, på en identitetsskapande kraft som i sin tur blir ett viktigt inslag i denna kulturella konsumtion. Läskulturen utvecklas också genom sin lättsamma, underhållande och tidsfördrivande karaktär till en umgängeskultur som medieras genom exklusiva tryckprodukter av olika slag. Föremålets färger och former utgör här en viktig del av denna mediering. Själva föremålsligheten framträder tydligt i utbudet av multifunktionella varor som ”Ett Bokstafs-spel i lådor, samt insatte i sidenband med fodral” eller ”Diverse Synålsböcker med Almanackor och Speglar” och ”Dagböcker med ständig Almanacha”.

De här varorna fyllde också, som födelsedagspresenter, jul- och nyårs-gåvor, en identitetsskapande och social funktion. Lektyren blev genom sitt innehåll och sin granntyckta materiella form en symbol för relationen mellan mottagare och givare liksom för själva tillfället eller den händelse som gåvan var förenad med. I *Tableau du 1^{er} jour de l'an pour 1816*, kan man läsa ”Ecoutez un peu: cet homme qui donne vingt franc d'un brillant almanach ne voudrait pas payer dix sous le même ouvrage s'il était imprimé comme on imprime ordinairement Bousset et Corneille; il veut faire un cadeau, et achète une reliure”.²⁵ När det gäller almanackorna ledde deras extravaganta utformning i ömtåligt färgade och präglade papper, åtföljande bilder med mera i kombination med deras innehåll till att samtiden förlöjligade dem. De sågs som accessoarer eller som en del av hemmets inredning snarare än som skrifter med läsvärde.²⁶ Dessa omdömen speglar å andra sidan den diskurs kring olika former av



Julmarknaden på Stortorget i Stockholm, ur *Litografiskt Allehanda*, 1859.

läsning och läsningens dåliga respektive goda värden som pågick i samtiden. Där möttes motsatserna manligt–kvinnligt, mödosamt–lustfyllt, beständigt–flyktigt, lärande–underhållande och, sist men inte minst litterär–bildande kontra fiktion–populär.²⁷

Bokbindaren Norman hade bod och marknadsstånd i Stockholm ända fram till mitten av 1840-talet.²⁸ Och även när marknaden förlorade sin ställning i Stockholm fortsatte den att vara en viktig handelsplats för landsbygdsbefolkningen till långt fram på 1800-talet. Julmarknaden på Stortorget drogs in 1870 och upphörde officiellt kring 1900.²⁹ En del-förklaring till denna utveckling antyds i första numret av *Litografiskt Allehanda* 1859 där man kan läsa att ”På andra ställen, i bodar och magasin, finnas alla bättre och dyrbarare varor.”³⁰

Thomas Hines skapade begreppet populuxe för att beskriva en guld-ålder för shopping av designade varor i Amerika under åren 1954–1964. Som en avslutande notis kan nämnas att den första utgåvan av Hines bok *Populuxe* från 1986 skulle ha stått sig mycket väl i Normans boklåda bland alla saffian- och sidenband, dosor och spel; den är bunden i skär klot och har ett mintgrönt metalltryck på främre pärmen. Skinnbundna encyklopedier, bibliofilutgåvor med graverade planscher, samlade verk och faksimiltryck, konst-, kok- och trädgårdsböcker på glansigt och kaolintyngt papper i storformat, är egentligen inget annat än våra dagars populuxetryck.

1. *Uti bokbindaren E. Normans bod, invid apoteket å Stortorget, samt i julmarknaden* [...]. Stockholm 1824.
2. Begreppet populuxe är hämtad från en artikel av Cissie Fairchild, "The production and marketing of populuxe goods in eighteenth-century Paris" i *Consumption and the world of goods*. Ed. John Brewer and Roy Porter, London & New York 1992. Hon har i sin tur lånat den av Thomas Hines *Populuxe*. New York 1986.
3. *Dagligt allebanda* nr 294. Stockholm 1789.
4. *Uti bokbindaren E. Normans bod* [...]. Stockholm 1824. *Dagligt Allebanda* nr 294. Stockholm 1791.
5. *Dagligt allebanda* nr 294. Stockholm 1799.
6. *Uti bokbindaren E. Normans bod* [...]. Stockholm 1824.
7. Björn Dal, *Med kolorerade figurer. Handkoloreringen i Sverige under 1700- och 1800-talen*. Kjuge 2001.
8. *Uti bokbindaren E. Normans bod* [...]. Stockholm 1824.
9. *Ibid.*
10. *Dagligt allebanda* nr 125. Stockholm 1801.
11. Bo Bennich-Björkman, "Eliternas gata och handeln på broar och marknader. Systemen för spridning av böcker i Sverige 1600–1850." i *Bokens vägar. Seelig & Co 150 år*. Lund 1998, s. 40 ff.
12. *Ibid.*, s. 46.
13. *Läsning för folket*, 3 årg. Stockholm 1837, s. 88.
14. Johan Flodmark, "Omkring Köpmantorget – och ett stycke därifrån" i *Samfundet Sankt Eriks årsbok* 1918, s. 128–130. Se även Bennich-Björkman 1998, s. 76 i not.
15. Lars Magnusson, *Sveriges ekonomiska historia*. Stockholm 1996, s. 238, 241. Magnusson refererar till Lennart Schön. För betydelsen av tryckta mönster se Adrian Forty, *Objects of Desire, Design and Society 1750–1980*. London (1986) 2005, s. 44–51.
16. Magnusson 1996, s. 304, 311.
17. Thomas Hines *Populuxe*. New York 1986, s. 3 ff.
18. Sigfrid Svensson, *Från gammalt till nytt*. Stockholm 1977, s. 122.
19. Roger Chartier återkommer ofta till det Blå biblioteket i sina texter, se till exempel *Böckernas ordning. Läsare författare och bibliotek*. Göteborg 1995, kap. 1.
20. Magnusson 1996, s. 304.
21. Chartier 1995; D. F. McKenzie, *Bibliography and the sociology of texts*. London 1986. Svensk bokproduktion diskuteras av Rosvall 1975, s. 131–133. Jarrick, Stockholm 1992, s. 87–95 och 146–177. Per S. Ridderstad, *Textens ansikte i seklernas spegel*. Stockholm 1999.
22. För de folkliga banden se Helena Strömquist Dal, "Kärleksband i bunden form." *Biblis* 7, Stockholm 1999, s. 14–20.
23. *Forty* (1986) 2005.
24. *Dagligt allebanda* nr 294. Stockholm 1799; *Dagligt allebanda* nr 301. Stockholm 1810; *Dagligt allebanda* nr 292. Stockholm 1818.
25. *Les almanachs français ... Paris* 1895, s. 51. Här citerat ur Sophie Malavielle, *Reliures et cartonnages d'éditeur en France au XIXe siècle (1815–1865)*. Paris 1985, s. 19.
26. Karin Wurst, *Fabricating pleasure, fashion, entertainment, and culture consumption in Germany 1780–1830*. Detroit 2005, s. 128.
27. Erich Schön, "Kvinnors läsning – romanläsare i det sena 1700-talet" i *Böcker och bibliotek : bokhistoriska texter*. Red. Margareta Björkman. Lund 1998, s. 329–352.
28. *Bokhandels-anmälan. Följande böcker m. m. säljas i E. Normans bokstånd i Julmarknaden* [...]. Stockholm 1846. Erik Norman avsåg sig åldermanssysslan 1842, han dog 1851. Arvid Hedberg, *Stockholms bokbindare*, II. Stockholm 1960, s. 182.
29. Flodmark 1918, s. 129 och 135.
30. *Litografiskt Allebanda* No 1. Stockholm 1859, s. 10.

FÖRFATTARPPRESENTATIONER

GUNNAR BROBERG, FD, professor i idé – och lärdoms historia, Lunds universitet.

MATS DAHLSTRÖM, FD, lektor, Bibliotekshögskolan i Borås.

BJÖRN DAL, FD i bokhistoria, kulturarvschef, Universitetsbiblioteket i Lund.

MIRJAM M. FOOT, Professor of Library and Archive Studies at University College, London.

GUNNEL HEDBERG, FK, bibliotekarie, doktorand i bok- och bibliotekshistoria, Lunds universitet.

ESKO HÄKLI, professor, överbibliotekarie em., Helsingfors universitetsbibliotek.

ROGER JACOBSSON, FL, universitetslektor i medie- och kommunikationsvetenskap, Högskolan Dalarna.

LENA JOHANESSON, FD, professor i konstvetenskap, Göteborgs universitet.

STEN KINDLUNDH, FL, universitetslektor em i litteraturvetenskap vid institutionen för kulturvetenskaper, Lunds universitet.

KRISTINA LUNDBLAD, FM, doktorand i bok- och bibliotekshistoria, Lunds universitet, litteraturkritiker.

PATRIK LUNDELL, FD i idé- och lärdoms historia, verksam vid Linköpings universitet.

MATS MALM, FD, professor i litteraturvetenskap, Göteborgs universitet.

EVA NILSSON NYLANDER, FL i latin, forskningsbibliotekarie på Universitetsbiblioteket i Lund.

LEA NISKANEN, FM, bibliotekarie, doktorand i bok- och bibliotekshistoria, Lunds universitet.

SVANTE NORDIN, FD i teoretisk filosofi, professor i idé- och lärdoms historia, Lunds universitet.

BIRGITTA OLANDER, FD, universitetslektor i biblioteks- och informationsvetenskap, Lunds universitet.

THOMAS RYDÉN, FD i konstvetenskap, forskarassistent i bokhistoria, Lunds universitet.

GUNNARS SAHLIN, FD i litteraturvetenskap, riksbibliotekarie.

ANN STEINER, FD i litteraturvetenskap, verksam vid Lunds universitet.

HELENA STRÖMQUIST DAL, FM, bokbindarmästare, doktorand i bok- och bibliotekshistoria, Lunds universitet.

INGRID SVENSSON, FL, chef för enheten för handskrifter, kartor och bilder på Kungl. Biblioteket i Stockholm.

WOLFGANG UNDORF, FM, verksam vid Kungl. Biblioteket.

KARIN WIJKSTRÖM, FK, bibliotekarie em., Kungl. Biblioteket.

ANDREAS ÖNNERFORS, FD i idé- och lärdoms historia, verksam vid Lunds universitet.