

**Mandag 11.02. kl 14.15-15.30(!)**  
**Seminarrom 11 PAM**



**Siv Frøydis Berg:**  
**Kunnskap til salgs!**  
**Leksikon som vare og ting**

Kunnskap kan være noe abstrakt og uhandgripelig, men det er også noe som finnes i håndfast form – for eksempel i et leksikon. I et leksikon blir kunnskap til en vare og ting, noe som kan selges, kjøpes, settes i bokhylla til pynt, eller slås opp i ved kjøkkenbordet og andre steder. Allerede Diderot og d'Alemberts franske Encyclopédie var en stor salgssuksess, og suksessen har slett ikke vært mindre for de store norske leksikonprosjektene noen hundre år senere. Faktisk er det få, om noen, steder det har blitt solgt flere leksika per innbygger enn i Norge. Men leksikon selger ikke seg selv. Intens markedsføring, distribusjon, overtalende leksikonselgere og ikke minst fengende slagord har også vært avgjørende for sjangerens popularitet, og for at A-magasinet i april 1978 kunne hevde at «*nordmenn har én verdensrekord som det ikke ser ut at noen kan true:*

*Verdensrekorden i å lese leksikon!».*

Med et teksthistorisk og litteratursosiologisk perspektiv på leksikonprosjekter som *Achebongs Konversasjonsleksikon*, *Gyldendals Store* og *PaxLeksikon* – og med mange morsomme, kuriøse eksempler – vil idéhistoriker Siv Frøydis Berg gi oss ny innsikt i hvordan både kommersielle og ideologiske krefter har vært med på å forme norsk leksikon- og dermed sakprosa-historie.

*Siv Frøydis Berg har en doktorgrad fra Senter for teknologi, innovasjon og kultur ved Universitetet i Oslo, og jobber nå som forskningsbibliotekar ved Nasjonalbiblioteket. Hun var kurator for leksikonutstillingen "All verdens kunnskap" (finnes fortsatt på nett: <http://www.nb.no/utstillinger/leksikon>) og medredaktør på boken *All verdens kunnskap*. Leksikon gjennom 2000 år (Press 2012).*