

Carls

Oil for wood floors

5 litres

45

Natural

Bona

DEZINE

DEZINE er en fast spalte laget av Halvor Bodin, grafisk designer i Virtual Garden Design [www.virtualgarden.no]. Online-versjon med back-katalog publiseres på www.superlow.com/dezine.
Foto: Fernando E. Flux

Typografi: Font_04 av Marta Magnus [www.martamuz.net] + Minion [brodxt]

Musikk: Fjord Focus A Norwegian Sampler + Jay Jay Johanson *Antenna* + Future Sound Of London presents *amorphous androgynous the isness*.

"Like all disappearing forms, art seeks to duplicate itself by means of simulation, but it will nevertheless soon be gone, leaving behind an immense museum of artificial art and abandoning the field completely to advertising. A dizzying eclecticism of form, a dizzying eclecticism of pleasure, such already was the agenda of the baroque. We are commodities, not in the sense that we destroy images, but in the sense that we manufacture a profusion of images in which there is nothing to see. They leave no trace, cast no shadow, and have no consequences."

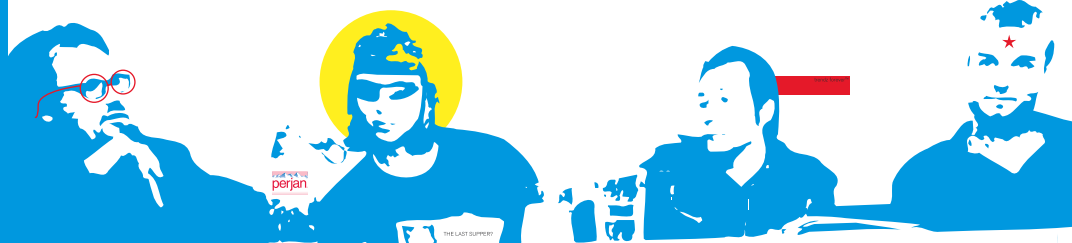
JEAN BAUDELLARD

GISP^N



GISP
WE GOT ANSWERS
COMING OUT OF OUR MUSE

Fotobehandling:
Per Heimby [Euro],
Aud[ine] Sand [Dådyr/The Fawn],
Jan Walaker [Hot Rod]
og Karl Erik Haug [Carl's Cars].



LIVSSTIL

M.A.O. KULTURREVOLUSJONEN

«IF YOU ARE NOT IN FASHION, YOU ARE NOBODY»

Narvesen holdt nylig pressekonferanse med fire magasin-gründere som gir ut engelskspråklige blader fra Norge med internasjonale ambisjoner; Per Heimly [*Fjords*], Aune Sand [*Dådyr/The Fawn*], Jan Walaker [*Hot Rod*] og Karl Erik Haug [*Carl's Cars*]. Samme uke kjørte Narvesen en kampanje med 25% rabatt på alle utenlandske blader. Narvesen har 1200 utenlandske blader i sortimentet mot bare 300 i 1987. Gunnar Farstad fra Narvesen sier i Dagbladet 18. september [etter nettopp å ha deltatt på bladmessen *Distripress* i Montreal [www.distripress.ch]: «Men nå sitter de store forlagshusene på gjerdet etter å ha rotet seg bort på dotcom-eventyr. De har opplevd stagnasjon og økonomisk tilbakegang. Mye av det innovative er det små, uavhengige nisjeblader dom står for. I Montreal var det spesielt gøy å høre at norske *Fjords*, *Dådyr*, *Hot Rod* og *Carl's Cars* blir beundret internasjonalt. Der borte var jeg stolt over å være norsk. I Norge har det skjedd dramatiske ting i bladmarkedet. Familiebladene stuper, og sladderbladene fyker til himmels. Den utviklingen har vedvart en stund. – Og det kommer bare til å fortsette. Nå er det spesialbladene som er vinnerne.»

Fenomenet med nisjeblader fra undergrunns-ziner til massemarkedet blir behandlet i boken *Inside Magazines – Independent Pop Culture Magazines* utgitt av Bis Publishers i Amsterdam [www.bispublishers.nl]. Blader som *Adbusters*, *Animal Stories*, *Asianpunkboy*, *Bibel*, *Butt*, *Catalogue*, *Ghost Stories*, *Hot Rod*, *Index*, *Kit & Caboodle*, *Lab*, *List*, *McSweeney's*, *Mall Punk*, *Merge*, *Permanent Food*, *Petit Glam*, *Purple*, *Re-*, *Ref.*, *Sec.*, *VERY*, og *Visionaire* blir omtalt.

Boken blir reklamert for med følgende ord:

«*Inside Magazines* is a brilliant visual record of the publications that occupy that niche between the world of underground 'zines' and the mass market, those journals that gather under the broad cultural canopy of art, music, fashion, design and youth culture – quirky, small-run and often idiosyncratic magazines that contrive to make the ordinary extraordinary.»
Hot Rod selger også denne boken via bladet sitt, naturligvis.

I Creative Review juli 2002 gjør Scott King [tidligere creative director i bladet *Sleazation*] en ganske krass kritikk av boken *Inside Magazines* og mange av bladene boken omhandler. Han sier: «*Nowadays, style magazines based on the 80s models of i-D and The Face are two of a penny. Unfortunately, the equation "Ambition minus intelligence" can be applied to most of them. The book surveys an international array of contemporary, "experimental" titles. Some of them are genuinely different: Adbusters, for instance, is an example of a successful magazine truly trying to do something aside from the tedious norm. It's criticising contemporary culture from within and that's what any self-respecting "indie" magazine should do. But for all that these magazines are meant to be "cutting edge" and "different", they're amazingly similar. "Generic" is surely the enemy of all independent magazines? But generic many of them are. Does the world need more bland media consensus? No. Save the tree, until you have something to say.*»
King fremhever også *Butt magazine – International Faggot Magazine For International Men* [www.buttmagazine.com].

Narvesens magasinguide 2002 kategoriserer de fire norske bladene under *Livsstil*. Om *Dådyr* står det å lese: «*Et flott og annerledes blad. Opphavsmann er Aune Sand, og han har klart å samle flotte fotografier fra hele verden samt utvalgte kunstverk i et fargerikt blad i topp kvalitet. Bladet har fått mye oppmerksomhet i pressen i Norge, og blir også solgt i en rekke andre land. Hot Rod: Et spennende™ og annerledes blad som presenterer det siste innen kunst, stil og musikk. Bladet er teksten på engelsk, og har blitt et kultblad som har fans i alle verdensdeler. Fjords: Scandinavias mest banebrytende og nytenkende livsstilmagasin! Magasinet er en inspirasjonskilde, og reflekterer den skandinaviske tenkemåten, en visuell opplevelse; både gjennom bilder og layout. Carl's Cars: Et annerledes livsstilblad. Biler er hovedtema, men mennesker, moter og livsstil rundt disse bilene er vel så viktig, og her møter du folk med et forhold til bil som ligger langt utenfor A4-formatet.*»

På Narvesens pressekonferanse [VG og DN 18. september] uttalte firklovert følgende: Heimly: «*Målet var å lage et credblad, som det skulle være prestisje å få være med i.*» Walaker: *Min målsetning er ikke å selge like mye som en Liebfraumilch, men være en Chateau Hot Rod og selge brukbart til de som har greie på vin.*» «*Karl Erik Haug beskriver Carl's Cars som en frivillig organisasjon «På linje med Røde Kors.»*» Aune Sand: «*Det har alltid vært min drøm å kunne samle verden.*» Heimly: «*Vi kunne gått ned litt på trykkkvaliteten og tjent litt penger på Fjords. Men vi ville ha så høy kvalitet som mulig, og det tror jeg er en av årsakene til at vi får så god respons i utlandet.*»

«DET ER TYPISK NORSK Å VÆRE BEST»

Dette er tittelen på en låt med bandet Noxagt fra samleskiven *Fjord Focus – A Norwegian Sampler* som følger med seneste nummeret av det britiske musikkbladet *The Wire*. CD'en er sponset av den norske ambassaden i London og Utenriksdepartementet. Utgivelsen skal promotere festivalen *Fertiliser* [www.plus47.com/fertiliser] som byr på norske artister i London 10.-13. oktober og generelt profilere Norge på det engelske markedet. Samleren er compilert av Anne Hilde Neset fra *The Wire* og er designet av Ekhornforss/Nonformat [www.ekhornforss.com] som også gjør magasinsdesignet for *The Wire*. Denne spalte tror at vår norske særegenhet [om vi har noen] for alltid vil være forbundet med vikinghjelmer, ostehøvl og binderser. Nonformat har iallefall funnet the missing link mellom vikinghjelmer og ostehøvl på dette platecoveret. [Eller er det bare Kjell Ekhorn som lengter hjem?].

Artister på denne skiva er Food, Xploding Plastic, Kim Hiorthøy, Jaga Jazzist, Håkon Berge, Phonophani, Salvatore, Close Erase, Maja S. K. Ratkje, Wibutee, Spunk, No Spaghetti Edition, Eivind Aarset, Jazzkammer og Noxagt. For interesserte som ikke abonnerer på *The Wire* [anbefales: www.thewire.co.uk] kan sjekke www.norway.org.uk for å vinne en gratis cd. Fint å se at vår kjære offisielle Norway-font fremdeles er i bruk :-)

For de som ikke har fått det med seg så bør disse to bøkene med skandinavisk [og mye norsk] kontemporær design og illustrasjon sjekkes ut: *55 Degrees North* [www.laurence-king.com] og *North By North* [www.die-gestalten.de]. Førstnevnte er lekkert designet og godt compilert, sistnevnte er ikke en pen bok, men inneholder mye god og eksperimentell illustrasjonspreget design.

HVA ER ALTERNATIVT MED HOT ROD, CARL'S CARS, FJORDS OG DÅDYR?

Det er interessant og underholdende å observere hvordan medieoppmerksomheten og beskrivelsene av disse bladene oppstår. To ting er sikkert: Bladgründerne har pågangsmot og er flinke til å utnytte medieoppmerksomheten. Noe som er mindre sikkert er, etter denne spalteoppfatning, om bladene har noe vektig å servere leserne. Designmessig er det ingen av bladene som noensinne har flyttet fjell. *Fjords* er strokent, men fastlåst i en konservativ formel. *Carl's Cars* er enda mer rigid og kjedelig, *Hot Rod* er håndverksmessig slurvete og visuelt uambisiøst mens *Dådyr* sin design neppe ville sluppet inn i en opptaksprøve på en hvilken som helst designskole. Det er tydelig at fint trykk, ok papir og et lag lakk kan skjule en skrikende mangel på visuell substans.

Innholdsmessig så er det ikke noen tvil om at [særlig] *Fjords* og *Hot Rod* har en del gode foto, og noen ok skribenter [mer tekster please!], *Dådyr* tryner i alle grener og har derfor størst underholdningsverdi av de alle..., og *Carl's Cars* er forsåvidt original som bilblad med en vri. Rent bilmessig er kanskje det nye bladet *Autofil* [Se&Hør for bilfrelste] hakket mer underholdende? Men helt seriøst så er det slående at et kommersielt fundert blad som *Colors* fremdeles er ledende når det gjelder troverdige artikler med original fokus på mennesker i en sosial sammenheng. Nr. 51 august/september 2002 med tema «The Road» er forbilledlig. Både kurant design, gode foto og velskrevet. Etter å ha lest igjennom bladet føler man seg litt mer opplyst, litt tristere, litt gladere og tatt alvorlig som konsument av et blad i poplæreren. *Carl's Cars* sammenlignet med dette nummeret av *Colors* røper at bladet foreløpig ikke makter å virkelig gripe leseren i sin liksom-fokus på rare-normale mennesker og deres biler.



Carl må stå på litt hardere for å overbevise meg om at han mener noeenting med dette. Det er mulig jeg bare er en festbrems, men jeg oppfordrer til litt mer edruelighet og kritisk nøkternhet når man forholder seg til disse bladene. Det er typisk norsk å kombinere dårlig selvtillit med overdreven skryt...

Denne spalte ser faktisk fram til neste nummer av *Carl's Cars* hvor New Order viser fram sine stridsvogner [hvor er Aphex Twin sine forresten?]. La oss håpe de gamle alksiene ikke kjører tanks i fylla. Ryktene sier også at neste nummer av *Hot Rod* har en del interessante tekster [+ et eller annet med Rocky Schenck :-] som jo lover godt for det bladet...

NOEN [LITT] RELEVANTE LINKER:
www.vebjorn-sand.com
www.petter-hegre.no
www.colors magazine.com
www.carls-cars.com