

GASSPEDAL REANIMERT VI

Bakgrunnsstoff #1

GASSPEDAL REANIMERT VII

Bakgrunnsstoff #2

GASSPEDAL REANIMERT I

Gasspedal Animert #01
Viva Zombatista

GASSPEDAL REANIMERT II

Gasspedal Animert #02
Bokstavene

GASSPEDAL REANIMERT III

Gasspedal Animert #03
Norangsdalen

GASSPEDAL REANIMERT IV

Gasspedal Animert #04
Kliniken

GASSPEDAL REANIMERT V

Gasspedal Animert #05
Skogen

GASSPEDAL REANIMERT VI

Bakgrunnsstoff #1

INNHOLD

1 TEKSTER

Fra Algernon til Aardvark

K_Master

Lassointervju

Dikt for øye og øre

FRA ALGERNON TIL AARDVARK NORSKE SCIENCE FICTION-FANZINER PÅ 1970- OG 80-TALLET

AV AUDUN LINDHOLM

«Algernon-kretsen [vil] utvilsomt med tiden [...] bli vurdert som et like viktig begrep i norsk litteraturhistorie som den sterkt oppskrytete *Profil*-kretsen,» hevdet Tore G. Bareksten – ikke helt uten selvironi – i en tilbakeskuende jubileumshilsen over åtte tettskrevne sider i anledning 20-årsjubileet for studentenes science fiction-forening ved Universitetet i Oslo, Aniara, i 1985. Bareksten hadde vært aktiv i samme krets siden novellen «Komplottet» ble publisert i første nummer av klubbfanzenen *Algernon* i april 1974.

Nøyaktig hvor mye selvironi det var i utsagnet, overlater vi til senere litteraturhistorikere å bedømme; uansett sier det noe vesentlig om den selvbevisstheten som fantes i det norske SF-miljøet på 1970- og 80-tallet. Det dreide seg om et nettverk av lesere, amatørskribenter, forfattere og utgivere, som via fanziner og korrespondanse ikke bare førte en hyperaktiv dialog seg imellom, men som også så sitt snitt til å utbre kunnskapen om SF i Norge gjennom publisistisk aktivisme. Som en annen *Algernon*-artikkel, fra 2/1981, sier: «Alt i alt er det ikke til å komme fra at Norge utgjør en stygg bakevje i den oppmarsjen science fiction har verden rundt.» I denne bakevjen var *SF-fandom* unntaket som bekreftet regelen.

De hundrevis av fanzinenummerne som utkom i det norske miljøet i denne perioden, er kjennetegnet av en helt egen pionérand, og står som vitnesbyrd om hvordan engasjerte lesere kunne kommunisere om litteratur på en tid da *cyberspace* ikke en gang fantes som en idé på William Gibsons notisblokk. Nevner vi navnene på noen av disse trykksakene, blir det straks lettere å forestille

seg hvilket mangfold av verdener 70- og 80-tallets SF-lesere beveget seg i: *Driftglass, Aardvark, Andros, Inca, Beltrom, Tralfa, Tusmørkeøyene, Svartedauen, Angerthas, Arachne, Alhabor, Gandalf, Legolas, Once Upon a Time, Remember Lindisfarne, Kringsjå Limits, The Borgzinner Medicine Show, Ironlynx, Grezzcar, Fabula, Titan, Bizarr Mortem, Octopus, Capricorn, Død spurv, Kabbalistisk Kaktus* ... Og altså ikke minst selve flaggskipet, det noenlunde regelmessig utkommende *Algernon* – en såkalt sercon-fanzine, som gjerne utkom i dobbeltutgaver på over 100 sider.

Vagants ansvarlige redaktør var selv aktiv i SF-fandom deler av 90-tallet, men for å få et kvalifisert overblikk, kontaktet vi en som *virkelig* sitter inne med kunnskap om den foregående perioden: Johan Schimanski, født 1963, i dag førsteamanuensis i litteraturvitenskap ved Universitetet i Tromsø, på 80-tallet en av miljøets mest iherdige fanzineutgivere. Schimanski tok i 1997 doktorgraden på SF-romanen *Wythnos yng Nghymru Fydd* av den walisiske forfatteren Islwyn Ffowc Elis, men allerede i 1989 kunne *Algernons* lesere glede seg over hans litteraturvitenskapelige geskjeftighet, i form av publiseringen av en uavkortet mellomfagsoppgave om Samuel R. Delanys *Stars in my Pocket Like Grains of Sand* (1984). Schimanski redigerte eller bidro i en ikke ubetydelig andel av periodens norske, svenske og engelskspråklige SF-fanziner.

– *Algernon* har en spesiell posisjon i norsk sammenheng. Den var en klubbzine av klassisk internasjonalt merke: mer semiprofesjonell og tidsskriftaktig enn personlig – selv om man utvilsomt fant mange personligheter i spaltene. Aktivitetsnivået kan sammenlignes med alvoret i det samtidige politiske engasjementet: Det gjaldt å lage noe gedigent og tykt. *Algernon*, sammen med det svenske *Science Fiction Forum*, førte an blant den tidens skandinaviske sercon-fanziner.

Her stopper vi opp et øyeblikk, og gjør oppmerksom på SF-fandoms omfattende og for utenforstående noe utilgjengelige nomenklatur. Et par ordforklaringer: «Sercon» er en forkortelse for «seriøs og konstruktiv», noe Schimanskis generasjon så som typisk for 70-tallet, da de rundt 1980 entret scenen med sine *perziner* (personlige fanziner), *crudziner* (dårlige/anti-estetiske fanziner) og *party one-shots* (fanziner man lager i løpet av en kveld, gjerne på fest eller SF-kongress).

Hovedredaktør for *Algernon* gjennom det meste av 70- og 80-tallet var Øystein Sørensen, som siden er blitt professor i historie ved Universitetet i Oslo, med blant annet biografier om Nansen og Bjørnson og en rekke idéhistoriske studier av norsk nasjonsbygging på meritlisten. At den nevnte jubileumsteksten av Tore G. Bareksten ble publisert i *Algernon* i 1988, i et nummer som opprinnelig var tiltenkt Aniaras 20-årsjubileum i 1985, sier noe om at aktiviteten hadde dalt. Eller rettere sagt: funnet nye former.

– 70-tallets aktive tilhørte tredjegerasjons SF-fandom i Norge. Generasjonsskiftet jeg var en del av, medførte en blomstring, men innebar også en svekkelse av de mer tradisjonelle fanzinene. Mitt fanniske engasjement begynte med en engelskspråklig fanzine, *Outbreak*, helt på tampen av tiåret. Den befant seg i sercon-enden av skalaen, nærmest som et opplysningsprosjekt, men forholdt seg veldig fritt til hva den kunne ha med av stoff; blant annet var et helt nummer viet space-rockerne Pink Floyd. Senere ble jeg involvert i nyhetsfanzinen *Once Upon a Time*, sammen med Kristin Borrud og Johannes H. Berg – den utkom omtrent én gang i måneden. Den var informativ, om enn på en annen måte. Til dels dreide den seg om SF-nyheter, men først og fremst inneholdt den fanzineomtaler og skravling om hva andre fans hadde gjort siden sist. Vi forsøkte å bryte sjangergrenser og

verkets grenser. Snarere enn avsluttede verk, var disse fanzinene en slags utadstrittende og sammensatte tekster, fysiske demonstrasjoner av hva intertekstualitet kunne være, et endeløst nettverk av referanser. De besto i stor grad av satiriske og parodiske bidrag, i slekt med post-modernismens metalek.

Vagant har gjort sitt forarbeid, og trekker frem et unnselig, sammenbrettet papirark fra bunken med fanziner. Det dreier seg om den firesiders crudzinen *Jeg ser*, med Schimanski som en av avsenderne. På forsiden kan man lese: «Dette er altså fandom. Dette er altså foreningernes hjem ... Dette er altså klubben. Dette er altså serconister-nes hjem ...»

– Oj! Den hadde jeg helt glemt. Denne sjangeren var noe vi importerte fra USA: Litterære klassikere ble skrevet om til allegoriske fortellinger om fandom. Vi brukte vel Obstfelder til å levere en ironisk kommentar om den følelsen av fremmedgjøring vår generasjon opplevde i møte med den forrige generasjonens alvor.

Fandom var i det hele tatt identitetsorientert: Man var *fannisk*; visse ting var fannisk å gjøre, og visse ting var *ikke* fannisk å gjøre. Vi spør Schimanski om han kjenner noen historiske paralleller til fandoms komplekse sosiale spill og uhøytidelige omgang med litteratur.

– Dadaistenes publikasjoner fungerte på beslektet vis; det er ikke vanskelig å se for seg Kurt Schwitters som SF-fanzineleser. Dadaistene var aktive i miljøer basert i ulike byer, de var sosiale outsiders, annonserte for likesinnetes blader og hadde mytiske forestillinger om hverandre, ikke ulikt hvordan vi holdt på. Fandom var mytomant og brukte på sett og vis litteraturen til å skape en slags endeløs historie om seg selv. Det ble en megatekstuell form for *life-writing*, som man bare halvveis kan rekonstruere ved å bla tilbake i fanzinene. Idealet for mange menn på 70-tallet var å bli rockestjerne: I fandom kunne man bli rockestjerne veldig raskt. Å være

fannisk betydde ikke bare at en viet seg til SF – subkulturen var i bunn og grunn like fokusert på det å utgi fanziner som på selve litteraturen.

– *Her er det kanskje på sin plass å nevne Kringsjå Limits?*

– Den var en ukentlig nyhetsfanzine som en gruppe på Kringsjå Studentby utga. Vi hadde en enkel regel, og det var at SF bare skulle nevnes én gang i hvert nummer. Det oppsto et slags overopphetet tekstuell miljø, der de involverte hele tiden fikk direkte respons. Tekstene lignet på det som skjer i diskusjonsforaer på nettet i dag; vi trykket leserbrev som kommenterte leserbrev som kommenterte leserbrev. I rasende fart ble det utviklet sjangerblandinger av forskjellige slag – litt som i musikkens subkulturer.

Apropos musikk: Mange tror nok at fanziner først og fremst er et fenomen fra musikkverdenen. Slik historieløshet møtte selvfølgelig motstand blant SF-leserne.

– Jeg ble involvert i Sf-fandom noen få år etter at musikkfanzinene hadde begynt å utkomme. De fikk mye oppmerksomhet i massemediene, og fanzinehistorien ble gjerne presentert som om den begynte med *Sniffin' Glue* i 1976. Men de første fanzinene ble utgitt i SF-miljøer på 30-tallet – så dette provoserte oss selvfølgelig voldsomt. Det fantes til og med *norske* fanziner før pønkefanzinene kom! Men det var også de som prøvde å bygge broer, og da særlig Leonard Borgzinner, som mange kjenner fra novellesamlingen *Universets varmedød og andre selvmord* (1981) og essaysamlingen *Anarki og adel* (1988). Han utga en egen pønkefanzine, *666*, som kom med to nummer mot slutten av 70-tallet. For min generasjon var han en kultfigur som kombinerte en kritisk holdning med store kunnskaper, ikke minst om filosofi. Han var i den grad folkesky at nesten ingen av oss hadde sett eller snakket med ham; selv traff jeg ham bare to eller tre ganger. Han satt stort sett og skrev: litterære og filosofiske tekster, og en hel masse leserbrev i SF-fanziner – i tillegg til alt

han publiserte i *Gateavisa*. Han introduserte Foucault til fandom, og kunne utlegge *sciencefictionale* trekk ved Heideggers værenstenkning. Det var et stort tap da han døde i 1990.

For mange er nok norsk science fiction identisk med Jon Bing og Tor Åge Bringsværds antologier, novellsamlinger, romaner og hørespill. Også her kan det være på sin plass med en liten historieleksjon. Posisjonen som førstegenerasjon SF-fans i Norge, tilhører to-tre romfarts-litterære entusiaster på 50-tallet: Cato Lindberg og Roar Ringdahl utga sammen første nummer av fanzinen *Fantasi* i desember 1954, inspirert av amatørtrykksaker tilsendt fra statene. Det var ingenting å utsette på de unge redaktørenes nyhetssans: Nummeret inneholdt oversettelser og omtaler av forfattere som Ray Bradbury, Fredric Brown og A.E. van Vogt. En tid bodde også fanen Ray Nelson (som senere skulle skrive romanen *The Ganymede Takeover* (1967) sammen med Philip K. Dick) i Norge, og publiserte fra sitt hjem på Ulvøya to utgaver av *Le marché aux puces fantastique* – en SF-fanzine på fransk publisert av en amerikaner i Norge og mangfoldiggjort på Ringdahls kontor i Oslo. I 1962 kom også Per G. Olsen (senere Hvidsten) til: «Now, it was not a two-man fandom any more,» som Lindberg skulle formulere det i artikkelen «When Fandom Came to Norway» i fanzinen *Mimosa* 23/1999.

En merkestein for andregenerasjonen var Jon Bings og Oddvar Foss' grunnleggelse av Aniara i 1965. Noe av det første klubben gjorde, var å utgi *Fenomen 66*, en offsettrykket publikasjon på 27 sider og et opplag på 1000 eksemplarer, med to farger på omslaget og undertittelen *Science Fiction Årsrevy*. Målet var å sette SF på den litterære dagsorden. Man oversatte definisjoner og innsirklinger av sjangeren fra internasjonale størrelser og hentet inn imøtekommende uttalelser fra Johan Borgen, Tarjei Vesaas og Torolf Elster. *Fenomen 66* inneholdt også et åpent brev til norske forlag, signert Tor Åge Bringsværd:

Synspunktene som ble fremmet her skulle snart bli velkjent stoff for lesere over det ganske land, gjennom antologier som *Og jorden skal beve* (1967) og forordene i de mange Lanterne-utgivelsene Bing & Bringsværd sto for utover 70-tallet. Da Schimanski ble involvert i fandom, var det imidlertid allerede lenge siden dette radarparet hadde kuttet trossene til miljøet.

– Etter at de bokdebuterte med novellesamlingen *Rundt solen i ring* i 1967, fikk Bing & Bringsværd tilgang til større og mer synlige offentlighetskanaler. Som Øystein Rottum påpeker i sin litteraturhistorie, er det ikke entydig at det var 1980-tallet som var «fantasiens tiår», når en skal ta hensyn til den betydelige produksjonen de sto for av fantastisk litteratur på 60- og 70-tallet. I fanzinene ble det til gjengjeld harselert over Bing & Bringsværd forsøk på å å renske SF-tradisjonen for den ødeleggende merkelappen «science fiction» ved å innføre termen «fabelprosa».

Rundt 1972–73 oppsto en ny bølge fanziner, utløst av leserbrevspalten i *Science Fiction Magasinet/Nova*. Bak disse fant man redaktører som Geir Arne Olsen (senere Leonard Borgzinner), Geir Arne Moi (bror av den mer berømte Toril), Arild Wærness og Jostein Saakvitne – noen av dem gjorde for øvrig comeback på 1980-tallet, i et forsøk på å vise ungdommen hvordan fanziner *egentlig* skulle se ut. Etter noen hvilende år ble også Aniara vekket til live igjen, av studenten Tore Bøstrup. Medlemsbladet kom med sine første numre, og i de første fem årgangene av *Algernon* – som nokså stabilt holdt et opplag rundt 300 eksemplarer – finner man imponerende nok originalintervjuer med størrelser som Brian W. Aldiss, Robert Sheckley, Alfred Bester, Arthur C. Clarke, Harry Harrison, Jack Vance og Philip José Farmer.

– SF-forfattere og SF-lesere har alltid inngått i et svært tett kretsløp; denne kulturen gjorde at selv de mest kjente forfatterne ikke hadde noen skrupler med å takke ja til å bli intervjuet av små fanziner fra Norge. Selv har jeg

ikke vært på verdenskongress i USA, men fra 1978 pleide en fast gjeng fra Aniara-miljøet å dra dit. Det norske miljøet var kjent for å arrangere gode *room parties*, der mange av de mest fremstående amerikanske forfatterne deltok. Den medbragte Linie Aquavit-en spilte visstnok en ikke ubetydelig rolle her.

Fandom er verdt et studium ikke minst fra en medie- og teknologihistorisk synsvinkel. Ulike reproduksjonsteknikker ble benyttet og diskusjonen ble gjerne intens når emnet var hvilke trykkemåter som skulle tas i bruk.

– I mitt lille delmiljø av fandom utga vi i begynnelsen veldig estetiske fanziner. For eksempel var Kristin Bor-ruds *Tusmørkeøyene* en hyperestetisert fanzine, i likhet med hennes senere publikasjoner, som *Svartedauen* og *Cocktail Frog* – hun var inspirert av *art nouveau* og *Jugend*-stil. *Tusmørkeøyene* stod dessuten for en del grenseforskyvninger rundt hva man kunne snakke om i en fanzine; den var en av de første norske fanzinene som ble utgitt av en kvinne. Borgzinner publiserte også en del tekster der. Som en reaksjon på denne hyperestetismen, som jeg også selv hadde stått for, begynte jeg et par år inn på 80-tallet å lage bevisst stygge fanziner. Tidligere hadde vi brukt mye tid på forseggjort layout – nå lærte jeg meg den gamle kunsten å stensilere. Ikke ved hjelp av en sprit-duplikator, men på en ordentlig mimeograf. Det startet med en såkalt party one-shot, kalt *Ironlynx*.

– Når man leser gjennom fanzinespaltene på 80-tallet i dag, kan det være forvirrende at så mange ulike fanziner heter nettopp *Ironlynx*?

– Ja, det kan jeg forstå. Forklaringen er enkel: Hver gang vi lagde en fanzine på en fest, fikk den samme navn. Det ble et spill med sjangeren. En del av konvensjonen er at man skal ha et nummer på et tidsskrift. Vi begynte med nummer to i stedet for nummer én, neste nummer het nummer fire, og så videre. To utgaver hadde samme nummerering – den typen ting. *Ironlynx* irriterte ganske mange, særlig fordi det ikke var oppgitt hvem som hadde

skrevet hva – skrivemaskinen sto rett og slett fremme på festen, så kunne de som ville gå bort og skrive på den, og dermed bidra. Det var ingen grenser for hva man kunne gjøre, så lenge det var laget innfor tidsrammen av én kveld. Delvis dreide det seg om antikkunst, eller påvirkning fra situasjonistene. Og selv om science fiction er fremtidsrettet, har man alltid brukt gårsdagens teknologi når man produserer fanziner. På 80-tallet, da fotokopiering ble vanlig, var det fremdeles mange som brukte stensilmaskiner – vi hamstret varer i de to butikkene i Oslo som førte riktig papir. Man kan snakke om en håndverksmessig og bevisstgjort retrobevegelse; noen i Sverige laget sågar fanziner med potettrykk. Men *Ironlynx* ledet til den kanskje beste fanzinen jeg laget, *Død spurv*, som kom med åtte nummer. På det tidspunktet hadde påvirkningen fra postmoderne litteratur gjort seg merkbar; *Død spurv* besto av en collage av tankestrømmer, og var ikke delt opp i faste spalter – alt ble satt inn direkte, etterhvert som det kom inn: en bokanmeldelse her, et brev der. Jeg noterte datoen hver gang jeg begynte å skrive noe nytt – det var den eneste strukturen, omtrent som i en dagbok. Dette passet også med en tendens i svensk fandom på denne tiden: Grensene mellom avantgardelitteratur, SF og fannisk stoff var i ferd med å viskes ut.

– *Hvordan foregikk distribusjonen?*

– Det meste av opplaget gikk til andre fanziner, økonomien var basert på *trade*. La oss si at du trykket opp 70 eksemplarer; da gikk gjerne 60 til andre fanzineredaktører. De som ikke utga egne fanziner kunne til nød få et eksemplar om de skrev et leserbrev. Det skjedde veldig sjelden at en betalte penger for bladene – her skilte SF- og musikk-miljøene seg fra hverandre. Rent økonomisk forsøkte vi å lure postvesenet på forskjellige måter, tre–fire fanziner kunne for eksempel sendes ut i en fellesutsending. I Sverige hadde man formalisert dette samarbeidet: Svensk Fanzineforening arrangerte en fellesutsending én gang i måneden. Hvis man rakk å sende

inn en bunke fanziner til en bestemt dato, ble den fordelt blant abonnentene.

– *Da nærmet man seg APA-formen, altså Amateur Press Associations?*

– Ja. Det ble også gjort noen forsøk på å få i gang APA-er i Norge; det var vel *Libri Seclvsi* som holdt på lengst – den kan være aktiv ennå, for alt jeg vet. Disse trykksakene blir gjerne temmelig interne, siden de ofte er basert på kun 10–12 menneskers deltagelse. Et annet eksempel er APA10.

Temperaturen på diskusjonene var ofte høy. Historien om SF-fanzinene er ikke komplett uten at miljøets *feider* nevnes. Vi spør Schimanski om hva som var de tydeligste skillelinjene og steileste frontene på hans tid.

– Mange av feidene virker latterlige i dag, og viser hvor smått og internt miljøet faktisk var. Det gjaldt for eksempel diskusjonen om hvorvidt tegneserier var fanniske eller ikke. Freud snakker om «de små forskjellenes narsissisme» – et konsept som ikke er helt irrelevant i denne sammenhengen. I små miljøer oppstår ofte et sterkt behov for å kontrastere seg mot andre. De store hatobjektene i begynnelsen var Star Trek-fans, såkalte *trekkies*. Den litterære fandomen følte distanse til den mediefandomen som etter hvert vokste frem. Vi drev mye gjøn med *subfandoms* som spillfandom og kostyme-fandom – folk som kledde seg opp i middelalderklær og som *aliens*. Vi så opp til den svenske fandomen, som hadde et litterært fokus. De hadde da også lagt et solid fundament på 50- og begynnelsen av 60-tallet, med profesjonelle tidsskrifter som *Jules Verne Magasinet* og *Häpnad*.

For en leser av i dag later enkelte av feidene på 70-tallet til å ha vært mer substansielle. Dette var tiden for motsetningene mellom hard *science fiction* og *new wave science fiction*: Den første skolen mente at SF skulle være strengt naturvitenskapelig basert og skrevet i sin egen tradisjons formspråk, mens new wave-bølgen, inspirert av Michael Moorcocks magasin *New Worlds*, forsøkte å inkorporere

alternativkultur, humanistiske vitenskaper og ikke minst den litterære modernismen i SFs repertoar. Dette var en internasjonal debatt, som man i fanzinene kan følge i sin norske avtapning. Øyvind Myhre sto som spissformulert representant for den formmessig konservative Heinlein-skolen, mens Bing & Bringsværd ble omtalt polemisk som representanter for den utvanningen man mente å se av den *ekte* sf-litteraturen.

– Det var en viktig debatt, som vi delvis hadde lagt bak oss på min tid. Men jeg vil nøle med å kalle akkurat den diskusjonen en feide. Det underlige er at de seriøse diskusjonene klarte å holde seg på et sivilisert nivå, mens det emosjonelle og personlige tok overhånd i ganske ubetydelige spørsmål. Ellers var det en sterk solidaritet som holdt oss samlet på tvers av politiske og litterære grenser.

Blant de som holdt kontakten med SF-fandom gjennom både 70- og 80-tallet, var bryggeriarbeider, Klassekampen-initiator og senere IT-aktivist Tron Øgrim. Som kjent var Øgrim travelt opptatt med å organisere andre subkulturer på norsk jord i det førstnevnte tiåret, men han tok seg tid til å holde et foredrag på et medlemsmøte i Aniara høsten 1977, om «Fantastisk litteraturs stilling i Norge etter revolusjonen». Man kan se for seg at det ble et visst ordsifte etterpå, i en forsamling der anarkister og libertarianere utgjorde markante fløyer. Dette er en ikke uvesentlig detalj: Enhver som har hatt befatning med SF-fandom, vil ha lagt merke til at man her støter på en oppsiktsvekkende mengde beleste mennesker som bekjenner seg til den i de fleste andre sammenhenger ellers obskure politiske retningen *libertarianisme*.

– Det går en fin skillelinje mellom libertarianere og anarkister. På min tid kunne de ganske ofte snakke sammen. Selv var jeg anarkist – myk, rød anarkist. Øgrim hørte til en annen tradisjon, men han ble som regel invitert til å holde foredrag når vi holdt kongresser utover 80-tallet. Det samme gjaldt Odd Einar Dørum, som har lest en anseelig mengde SF.

Også andre kjente fjes fra det politiske establishment hadde befatning med SF i løpet av tiåret. Det vakte en del oppmerksomhet da Arne Treholt oversatte første bind i Isaac Asimovs *Foundation*-serie.

– Den ble svært kritisk mottatt. Treholt hadde ingen forbindelse med fandom, og nok heller ikke videre kjennskap til verken SF eller Asimov. Likevel virket det på et vis logisk at han oversatte denne romanen. Den er ikke vanskelig å lese som en allegori over hvordan sivilisasjonen skulle utvikles. *Foundation* handler om et galaktisk imperiums vei mot undergangen – *Foundation* er en hemmelig organisasjon som bedriver en vitenskap kalt *psychohistory*, som forutsier fremtiden ved hjelp av matematiske modeller. De forsøker å holde samfunnet i gang i denne nedgangsperioden; bare de vet hvordan man kan sikre menneskehetens overlevelse. Det er selvfølgelig ren spekulasjon, men jeg går ut fra at Treholt kunne gå med på denne tankegangen.

Norge har også hatt besøk av en rekke store SF-navn. Landets første SF-kongress – Norcon 5 – gikk av stabelen i 1975. Siden ble den en årlig foreteelse. I samarbeid med Heidi Lyshol trakk Johan Schimanski i trådene da Samuel R. Delany besøkte Intercon i 1989.

– Jeg hadde vært på en kongress for fanzinefans i Midt-vesten, og intervjuet Delany i New York på hjemveien. Som for så mange andre i min generasjon, var Delanys *Dhalgren* (1975) boken som forandret hvordan jeg så på sjangeren. Da jeg besøkte ham, var han hyggeligheten selv, riktignok noe utslitt etter å ha sett hele Wagners Ringsyklus på Metropolitan – i løpet av fire på hverandre følgende kvelder, med en avsluttende fest natten før.

Som man skjønner ut fra fandoms virketrang, er det lite å utsette på SF-litteraturens evne til å aktivisere lesere. Frankfurterskolens tese om at massekulturen er passiviserende og fremmedgjørende viser seg lite anvendelig i møte med SF – få typer litteratur har lykkes like godt

i å gjøre leserne delaktige i det litterære verkets menings-
skapning. Hvordan forklarer Schimanski dette?

– Det er kanskje paradoksalt: På den ene siden underlegger man seg kommersielle forlag *en masse*, på den andre siden ivaretar man en samtale som myndiggjør hver enkelt leser, i en utstrekning som er uhørt for de fleste andre litteraturformer. Konsumpsjon fører til produksjon. Mange av de store SF-forfatterne begynte også som fans. Dermed har man siden langt tilbake personforbindelser som holder denne kulturen i live.

Leserengasjementet blir ofte forklart med at SF er idélitteratur, som stimulerer til diskusjon. *Vagant* antyder overfor Schimanski at feltets historie kanskje er like viktig – at en grunn til fandoms selvopprettende evne kan søkes i at stadig nye fans innlemmes i sosiale omgangsformer der debatt og publikasjonspraksis er grunnleggende.

– Ja, det tror jeg stemmer. Det begynte kanskje med lesere som selv ønsket å bli forfattere, men etter hvert ble fandom sin egen *raison d'être*. Man må heller ikke glemme samholdet som følger av det å være institusjonelt marginalisert, og av forestillingen om at det eksisterer en konspirasjon mot SF. Fandom antok, til dels med rette, at det fantes en leserblindhet som gjorde at institusjonene, de etablerte forlagene og kritikerne, ikke innså hvor fantastisk denne litteraturen var. Grunnleggende er også følelsen av at SF er fremtidsrettet. Den gangen fandom ble skapt, før og etter annen verdenskrig i USA, oppsto en forestilling om SF-leseren som en spesiell type menneske, med en særlig form for innsikt i eller ansvar for fremtiden. Ofte var man også opptatt av en type selvutvikling som var mer eller mindre vitenskapelig basert, jamfør scientologikirken, som jo er basert på ideer fra L. Ron Hubbards tidlige romaner. Fortellingen om SF-forfatteren som blir religionsstifter, ligner i seg selv en idé fra science fiction.

Navnet på den første virkelig viktige SF-klubben i New York er betegnende: *The Futurians*. Fra dette miljøet kom forfatterne Frederik Pohl, Cyril Kornbluth, Isaac Asimov og James Blish, kritikeren Sam Moskowitz, som sto bak bøker som fandomhistorikken *The Immortal Storm* (1954) og sjangerhistorieverkene *Explorers of the Infinite* (1963, med undertittelen *Shapers of Science Fiction*) og *Seekers of Tomorrow* (1966, kjent for åpningssetningen: «No one pretends that science fiction is the tail that wags the dog in the United States» – noe Moskowitz utvilsomt ønsket å endre på), i tillegg til den sentrale redaktøren Donald A. Wollheim (som sto bak de første SF-antologiene i *paperback* og var drivkraften bak blant annet DAW Books). For *The Futurians* var ideen om SFs betydningsfulle rolle i kultivering av morgendagens vitenskapelige verdensanskuelse gjennomgående. I *Algernon* 1/1977, kan man lese: «Fandom er et sted for intelligente outsiders,» og i samme nummer hevder Øyvind Myhre følgende: «Det som er SF-litteraturens egenverdi i forhold til de andre genrene, er rett og slett at den som litteraturform faktisk er alene om å trekke inn naturvitenskapelig erkjennelse som en del av den almenmenneskelige erkjennelse, og som en grunnleggende forutsetning for handling, personskildring og det verdensbilde den presenterer overfor leseren.» Bortsett fra at dette på mange måter lyder som et ekko av Brandes' artikler om naturalismen fra 1879 – innebærer utsagn som disse at det fantes en lignende tankegang i Norge?

– Ja, en del hadde nok en beslektet selvforståelse. Ideen var sterk om at man kulturelt, sosialt og i interesser stod på siden av en søvngjengeraktig mainstream. En kan også lese det som uttrykk for en tro på at SF er unik som sjanger, og at det kanskje var de andre litteraturformene som burde bli gjenstand for den ignoransen man opplevde at SF var offer for. Uansett var det en klar tendens på 1970-tallet til å tenke at det var fandoms oppgave å få flere mennesker til å lese SF – en tanke vi nok la død

i 1980-årenes fanziner. Elitismen innenfor miljøet var en barnesykdom. Men ideen om at man hadde noe spesielt å meddele den øvrige kulturen forsvant ikke før på 90-tallet, da SF for alvor inntok populærkulturen – og ifølge noen, døde.

– *Vil du si at fandom hjalp SF i Norge? Klarte man å oppfostre gode forfattere, eller skape større interesse for sjangeren?*

– Spørsmålet er vanskelig, fordi årsakssammenhengene er så uklare. Man kan tenke seg to muligheter. Den ene er at fandom hadde en kulturell påvirkningskraft; miljøet hadde en viss størrelse og gjorde sjangeren mer kjent. Men fandom kan også ha hatt en motsatt effekt, at det hele virket så internt og kryptisk at folk ble skremt vekk fra bøkene vi leste. Dette var jo også før *Generation X*, før ironien ble en del av massekulturen; her var min generasjon fanzineutgivere kanskje pionérer. For å kunne forholde seg til disse bladene, måtte man tåle å ikke alltid forstå det man leste. Der tror jeg norske lesere har kommet lenger i dag enn på begynnelsen av 80-tallet.

Samtidig er det ikke til å komme vekk fra at SF sto sterkere på norske forlags utgivelseslister på 1970-tallet enn i 2009. Det er lenge siden Peter Haars' omslag – med deres karakteristiske kombinasjon av *pop art* og psykedelia – prydet rekkevis med nyoversatte SF-klassikere i Gyldendals Lanterne-serie. Til gjengjeld har SF fått en prominent plass i vår kollektive forestillingsverden: Til enhver tid kan man på kino se Hollywood-filmer som utmaler dramatiske fremtidsscenarioer; selv besteforeldregenerasjonen griper til uttrykket «det er akkurat som science fiction» når de første gang besøker operaen i Bjørvika eller stilles overfor nyvinninger innen datamaskiner og bioteknologi; motiver og problemstillinger som tidligere var forbeholdt dedikerte SF-forfattere, inngår i dag som en selvfølgelig del av interessefeltet til alment anerkjente forfattere som Thomas Pynchon, Margaret Atwood, Lars Jakobson og Thure Erik Lund. Men hva skjedde

med den litterære arven fra 70- og 80-tallets norske SF-fanziner, og den *Algernon*-kretsen Tore G. Bareksten spekulerte i at ville få en fremskutt plass i fremtidige litteraturhistorier?

– I Sverige ble en del fanzineredaktører kjente lyrikere, mediefolk og kulturredaktører – det er kanskje ikke så mange som vet at for eksempel poeten Helena Eriksson er tidligere fanzineskribent. Men ingen av de norske forfatterne som sprang ut fra fandom, bortsett fra Bing & Bringsværd, brøt for alvor inn i det store litterære kretsløpet, selv om en del av dem fikk utgitt bøker på forlagene. Én forfatter kan jeg komme på, som plasserer seg produktivt inn i denne sonen mellom offentlig og halvoffentlig litteratur som fandom befant seg i. Han er også den norske SF-forfatteren jeg selv nyter å lese i dag, nemlig Leonard Borgzinner.

GASSPEDAL REANIMERT VI

Bakgrunnsstoff #1

Kristian Pedersen
ANIMERT GRAFIKK SOM PUBLISERINGSMETODE

Masterprosjekt i design, skriftlig del
Vår 2009
Visuell kommunikasjon, avd. for design
Kunsthøgskolen i Bergen

MA Project in Design, Written Component
Spring 2009
Visual Communication, Dept. of Design
Bergen National Academy of the Arts

SIDE INNEHÅLL

3	1.0_INNLEDNING		
	1.1_ONSKER FOR OPPGAVEN		
	1.2_PROBLEMSTILLING		
	1.3_UNDRORDNET PROBLEMSTILLING		
	1.4_BEGREPSAVKLARINGER		
4	1.5_BAKGRUNN OG INSPIRASJON		
5	1.6_AVGRENSNINGER & METODE		
6	2.0_UNDRSØKELSER		
	2.1_LITTERÆRE TENDENSER		
	2.2_WEB		
7	2.3_ALTERNATIVE PUBLISERINGSMETODER		
	2.4_STORE & SMÅ FORLAG		
10	2.5_LITTERATURFESTIVALER // ARRANGEMENT		
12	2.7_OPPSUMMERING, LITTERATUR	26	5.0_LITTERATURLISTING OG LITESTRUKTUR
13	3.0_BOK VIA SKJERM	27	6.0_DESIGN AUTHORSHIP
	3.1_BOKTRAILEREN	28	6.1_OPPSUMMERING, DESIGN AUTHORSHIP
15	3.2_BOK, BOKKLUBB & WEB-TV		
	3.3_YOUTUBE...YU TOO?		
17	3.4_APOKALYPSE NÅ SJEN!	30	7.0_ANALYSE
18	3.5_OPPSUMMERING, BOK VIA SKJERM	31	7.1_SHOCK DOCTRINE
19	4.0_ANHVERT GRAFIK	32	7.2_OPPSUMMERING, SHOCK DOCTRINE
20	4.1_EGENTHVERTE PROSJEKTER	33	7.3_ALDRIG SOM FØRSTA GONGEN
21	4.2_ANHVERT GRAFIK SOM AKTIVT	35	7.4_OPPSUMMERING, ALDRIG SOM FØRSTA GONGEN
	FORTELLEREMMENT		7.5_TYGER
	4.3_OBSERVASJON 1 – STRANGER THAN FICTION	36	7.6_OPPSUMMERING, TYGER
44	4.4_OBSERVASJON 11 – ANHVERT, INNSTIKKERE	37	7.7_GODE PUNKTER Å TA MED SEG VIDERE
23	4.5_KONTRA & OPPSUMMERING, ANHVERT GRAFIK	38	8.0_STRATEGI
		43	9.0_PROSSES
		44	9.1_FORFATTERPRESENTASJON
		46	9.2_VALG AV FORFATTER
		48	9.3_UNDRSØKELSER OG KONSEPTUTVIKLING
		53	9.4_OPPSUMMERING SAMARBEID
		58	9.5_NIVA ZOMBATISTA
		61	9.6_PROSSES
		68	10.0_AVALUTNING OG REFLEKSJON
		70	KILDER

2.0 UNDERSØKELSER

2.1 LITTERÆRE TENDENSER

Undersøgen i litteraturmiljøet er en frodig plass. Før jeg gikk i gang med disse undersøkelsene var jeg ikke klar over i hvilken utstrakt grad forfatter og andre aktører er aktive utover den tradisjonelle forfatter- eller forlagsgjengen, og det virker som om det er et poeng å eksperimentere med form, innhold, både i tekst og publisasjon. Generelt er jo litteratur et svært omfattende felt, og jeg kan ikke ta mål av meg på å dekke alle aspekter, til det vil vel fire semestre være for kort.

I dette bitteliet vil jeg kikke nærmere på noen eksempler der litteraturen åpner for andre format enn boka, småforlag setter en egendefinert agenda, og arrangement som fungerer som kommunikasjonsnettverk med et skandinavisk perspektiv.

2.2 WEB

Inntil for et par år siden har markedsføring eller formidling av litteratur foregått svært tradisjonelt, der annonser, omtaler eller anmeldelser har preget den litterære offentligheten. Om man har ønsket å oppleve litteratur i andre former, har man for eksempel litterære arrangementer der interesserte kan møte opp for å høre debatt, eller forfattere lese høyt fra eller fortelle om boken sin. Med andre medier har det til en viss grad begrenset seg til lyd bok eller hørbok, plussning på video, og CD-ROM fikk så vidt jeg kan se, ikke det helt klare forsvaret.

Bloggen har også eksistert en stund, der litterære aktører publiserer tekster, skriver kritikk eller inviterer til debatt. Disse er med å skape engasjement rundt litteratur, men sirkulerer for det meste innenfor begrensede kretser, og hviler en del på jungeltelegraf.

Det fins også nettsted som er mer et visningsom og debattsenter enn blogg, og fremstår som frodige forum som spiller bevegelser i litteraturens undergrunnsmiljø. Spesielt danske Afsnit P fungerer som et utstillingsrom for litteratur og kunst i grenselandet mellom ord og bilde, en kryssning mellom et galleri og et tidsskrift. Her kan man finne diverse videoprojekter, og konkret poesi, i tillegg til anmeldelser, artikler, essays og diskusjonsforum*. Afsnit P sier selv at de vektlegger bidrag som eksperimenterer med formen, blander sjangre og gjør bevisst bruk av nettet som mediekanal. Sammen med norske nyopoet.no, fungerer også Afsnit P som et skandinavisk møtepunkt, der utøvere (forfattere, forleggere og litt-vitere) fra Sverige, Norge og Danmark er representert.

LITTERATUR - av lit. litteratur;
boksavskrift, spekkunnskap.
I videste forstand alle skrevne cl.
trykte tekster; i snevreste forstand
dis. skjønnlitteratur.
- Riksmålsordboken

*intervju Kristoffer Jul Larsen,
mester i litt. vit. UiB, 2007

bharfor.wonpress.com
siljestavrum.blogspot.com
publicering.blogspot.com

afsnitp.dk



2.3 ALTERNATIVE PUBLISERINGSMETODER

Jeg kommer stadig over begrepet «alternative publiseringsmetoder», og forstår det som at det er et poeng for litterære utøvere å kunne publisere og/eller distribuere åndsverk innenfor selvvalgte rammer uten nødvendigvis å være avhengig av et etablert forlag. Ut av dette oppstår altså uavhengige mikroforlag*, litterære tidskrift og nettsider som fokuserer på samtidslitteratur og utgivelsesformer.

Et av de mest markante norske mikroforlagene er bergensbaserte Gasspedal, med Audun Lindholm i spissen. Gasspedal utgir tekster på flere skandinaviske språk, og har gjort seg bemerket med «Biblioteket Gasspedal», en serie utgivelser som i begynnelsen kom i lommeformat. Utgangspunktet for serien var en idé om at litterære tekster ikke trenger være lange for å publiseres på linje med en bok. Gasspedal satte premisser om å benytte kun ett «legg», ett stort ark brettet til 16 sider. Deretter inviterte de ulike forfattere til å skrive en tekst som forholdt seg til 16 sider, i A6. Enkelte av disse utgivelsene kan også lastes ned gratis fra forlagets nettsider*.

På spørsmål om alternativ publisering betyr å gå rundt forlagsbransjen eller boken som medie, svarer Lindholm at det kan være begge deler – at det er både institusjon og medie som er alternativt – og at i tillegg har det i Skandnavia etter hvert blitt en alternativ sirkulasjon av publikasjoner som ikke går gjennom forlagene.

«De fleste aktører innen kunstneriske miljøer søker vel en måte å utnytte det fulle potensiale av sitt område. Derfor er det ikke uvanlig at forfattere og litterære aktører eksperimenterer med andre sammenhenger enn bokmediet. Slik kan man se hvor grensene går – om det er noen.»

– Audun Lindholm, intervju

Et annet markant mikroforlag er også H Press, drevet av Jørn H. Sværen. H Press ga i 2005 ut Seria A, en boks med ti løse ark, med tekster skrevet av et knippe skandinaviske poeter. Denne fremstår som en slags eksklusiv eske, der form, design og papir utgjør en viktig del av opplevelsen av innholdet.

*Eksempler på forlag:
FORLAGET ATÉTTÉ
ataat.blogspot.com
H PRESS
hpress.no
TOSPISSO
torpedobok.no

*GASSPEDAL
gasspedal.org



«Langs»
Annelie Asén



«Z»
Pål Norheim

Utvalg fra «Biblioteket Gasspedal», bestillingsverk publisert som hefter i A6 – forfattere representert fra hele Skandnavia.



DIKTBOKSEN SERIA A
Pål Bjerke Andersen
& Jørn H. Sværen (red.)
H Press, 2005
hpress.no

-For første gang er det stjøtt et litterært objekt i Norge. Diktboken Serie A representerer en viktig utvidelse av litteraturfeltet, og er en betimelig kommentar til det øvrige norske forleggeriets prioriteringer.

(...)

Boken er for så vidt også et objekt, men når vi går til boken er det det ikke-objektmessige vi spør, nemlig innholdet. Denne boken har en selvbevissthet på sin baks- og objektmessighet, en materiell kvalitet som fremmer oss før vi kommer til innholdet, men denne objektmessigheten tar vi med oss inn i boken. Og vi blir matt med lag på lag av ny objektmessighet – både billedlig og bokstavelig talt.

– Janke Kampevold Larsen, Morgenbladet 06. mai, 2005



I følge Lindholm er «litterært objekt» opprinnelig et utbredt begrep i Danmark, og beskriver hovedsaklig bøkser, esker av den typen Serie A representerer. Men det kan også være rom for å utvide dette begrepet, ettersom det dukker opp andre utgivelser som ikke faller innunder en opplagt sjanger, eller lanseres under et eget begrep (jf. Flamme Forlags «Singer», omtales s. 9). Om det ikke er en bok, eller boks, eller hefte, hva skal det så kalles?

Et behov for publisering innenfor selvalgte rammer kan blant annet komme av at det er liten plass til eksperimentering hos større, etablerte forlag. Lindholm sammenlikner forlagsbransjen med musikkbransjen; Der finner man plateselskap med ulike profiler som opererer innenfor sine ulike sjangre, og som har en bredde innenfor den enkelte musikktypen. Det er altså ikke vanlig praksis at et og samme plateselskap både gir ut for eksempel Bach og Motorpsycho. Bokmarkedet på sin side domineres av store forlag, som utgir alle typer litterære sjangre, og som i fortjenestens navn ikke åpner opp for eksperimentelle og smale utgivelser. I kjølvannet av dette kan det altså oppstå mikroforlag som tilbyr et alternativ produktkatalog, som igjen får oppmerksomhet og som synes i det litterære landskapet, slik som Gasspedal og H Press.



Og hvis jeg skal trekke videre sammenlikningen med musikk – hva skjer når man tilfører litteratur en audiovisuell dimensjon? Uten musikkvideoen vil en sang kun være lyd. Men idet den gis et visuelt medium får den en ny dimensjon, som ikke bare gir nytt, utvidet innhold, men også mye større distribusjonspotensiale (Strom, 1989) – som for eksempel tv, dvd og internett. Kan det samme gjøres med litterære tekster? På denne måten åpnes mulighetene for å vise åndsværk av denne typen i flere kommunikasjonskanaler. For eksempel som innslag i tv-program, de kan lastes ned fra forlagets nettside, inkluderes som en del av en bokutgivelse, eller som en selvstendig dvd-utgivelse.



*MUSIKKVIDEO
Gunnar Strom
Samlaget, 1989



«Stedgammer» uten video



«Stedgammer» med video.
P. Gabriel. Faksimile, youtube.



LITTERATUR I NYE GAVNTER
– UTFLIKT, et ideeltisk, drevet litteraturmagasin ga ut i 2007, et nummer i form av en DVD med et rikt utvalg videoprosjekter som visualiserer lyd og dikt.
utflukt.no
ISSN 0804-9320

2.4_STORE & SMÅ FORLAG

→
«Et stort omfang av poesi ville aldri blitt publisert, hadde det ikke vært for småforlagene tidsskrifter (...) det er hos småforlagene og de enda mindre mikroforlagene poesi er å finne i dag. Uten disse utørene ville poesi dødd ut, fordi den trenger plass til å utforske, nok plass til å utøve. De små publikasjonene tilbyr muligheter poesi aldri ville hatt tilgang på ellers, og er mangfoldig nok til å holde liv i ulike former for poesi.»

– Geof Huth: «Variasjon versus flyktighet i samtidspoesien»
audiat.no – oversatt fra amerikansk av Therese Tungen

Et annet eksempel jeg vil trekke fram, er der et stort norsk forlag merker seg tendensen i underskogen og inngår samarbeid med alternativt innstilte aktører. Flamme Forlag – med de tidligere Klassekampen-medarbeidere Nils-Oyvind Haugensen og Bendik Wold som redaktører – har eksistert som undergrunnsforlag siden 2001, og har tidligere gitt ut litteraturfanzinen Flamme På.

flammeforlag.no

Flamme beskriver seg selv som «en situasjon, en mulighet, en livsform» som gir ut bøker «i ny og ne». Forlaget har i katalogen sin flere små utgivelser i lommeformat, og omtaler de som «singer», og sier at «man leser senger annerledes enn lange bøker; det er mer kontakt og mindre ambisjon. Som med musiksinger vil vi at våre senger skal «spilles ihjel» og kanskje glemmes etter hvert».*

* Rob C. Topelohi
Aftenposten.no 14.07.08
(Flammen er tent)

←
«Wold sætter litteratur som tør å sprengre grenser mellom ulike kunstformer: – Vi trenger litteratur som opererer mer som moderne billedkunst, konseptuelt og idébasert. Mye norsk samtidslitteratur er ulfor streng på å vakte grensene overfor andre kunstformer, sier han.»

– Tiona Gudmundsdottir, Dagbladet.no 08.01.08 («Brenner for nytt forlag»)

Tidlig i 2008 ble det klart at Cappelen Damm oppretter Flamme som et datterforlag*, og dermed gir mikroforlaget tilgang til flere og større ressurser, samtidig som utgivelsene og aktivitetene er under Cappelen's paraply. På denne måten kan Cappelen i teorien holde en finger på pulsen av den litterære underskogen, og eventuelt opparbeide et tillitsforhold hos neste generasjons forfattere.

*Gjennomslagsartikkel, dagbladet.no 08.01.08 (+Bemerk for nytt forlag.)

«... Jeg tror Bendik og Nils-Oyvind kan skape gode relasjoner mellom forlaget og ulike forfattermiljøer.»

– Tom Harald Jensen, Adm.Dir. Cappelen Damm, dagbladet.no 08.01.08



•Hemmelige Tjenester
John Erik Riley



•Ned i kjelleren
Terje Thøsen

Utlag fra Flamme Forlag «Singelklubben», «Ikke en bokklubb, ikke en datagigene» – men noe enda bedre: Som mellom tårn du fremst med nye bokklubber uten å måtte lee på en finger. Bokene postlegges umiddelbart etter at de er stiftet sammen på Flammes bakrom.» – flammeforlag.no

2.5 LITTERATURFESTIVALER // ARRANGEMENT

«... I poesiens verden er en bok bevis på en prestasjon, et mål som er mildt. Utgivelsen av en bok er et håndfast bevis på hva en dikter er verdt. Men bøker makter ikke på en tilfredsstillende måte å gi innblikk i poesiens verden. Det finnes for mange muligheter, for mange veier...»

– Geof Harth: «Varianter verens fruktighet i samtidspoesi» andlariat.no – oversatt av amerikansk av Theres Tangen

Litteraturarrangementene er også viktige for miljøet. Ved siden av mer profilerte festivaler som Norsk Litteraturfestival (Lillehammer) og Kapittel (Stavanger), finner man også monstringer av litt smalere karakter.

litteraturfestival.no
stavanger.kulturhuset.no/kapittel

Gasspedal var bl.a. medarrangør av «Bergensbrag» (2003), en slags idyllisk antebok-festival som skulle fungere som et knutepunkt for skandinaviske tidsskrift og småforlag. De beskeev selv arrangementet som en reaksjon mot en norsk litteraturformidling de oppfattet som sentrert rundt store forlag og boksentralisering.

gasspedal.org/bergensbrag

«Det er en veldig frustrasjon at først når et manus er antatt som bok, åpner alle dører seg for forfatteren, mens man som publisert skribent i tidsskrift ikke har noen identitet...»

– Susanne Christensen, Gasspedal/Bergensbrag, Bergens Tidende 14.06.03

bn.no/kultur/artikkel/75675.ecv





Bergenstagg, 2003



tekstallianse.no



Poeten Christian Bok
leser dikt ved Audiatur 07
- faksimile: youtube.com

Senere slektninger av Bergensbrag er for eksempel den årlige Audiatur Poesifestival (Bergen), og Tekstallianse. Sistenevnte ble arrangert første gang på Litteraturhuset i Oslo, august 2008. Tekstallianse samlet over 80 småforlag, litteraturfestivaler, organisasjoner og andre nettverk fra Norden, Skottland, USA og Canada.



Audiatur Poesifestival og nett-bokhandlet

«Audiatur vil presentere samtidspoesiens grenseover – steder hvor diktet utfordres av andre medier og kontekster (...) for å vise frem kvaliteter ved poesian som ellers sjelden synes eller høres i en litterær offentlighet dominert av bokmediet og avisinnmeldelsen.»
- audiatur.no

«Tekstallianse 2008 er en messe og en festival som viser frem bredden og mangfoldet blant små, mellomstore og mer eller mindre uavhengige og idealistiske aktører innen litteratur, musikk, billedkunst og teater. Felles for alle utstillere er en vilje til å etablere et alternativ til den kulturelle offentligheten de store forlagene og de største avisredaksjonene representerer.» - tekstallianse.no

2.6_POESIFILM

Litteraturen er for all del ikke ukjent med visualisering av poesi, eller filmatisering. Men gjennom undersøkelsene får jeg inntrykk av poesifilm er så godt som fraværende i norsk sammenheng. Jeg oppsøkte Zebra Poetry Filmfestival i Berlin, en biennale for kortfilmer basert på dikt, og som tar mål av seg å oppføre til samarbeid mellom poeter og filmskapere. Dette var en svært inspirerende opplevelse, og viste at det er stor bredde og variasjon i uttrykkene. Mest av alt var det en overvekt av realfilm i konkurranseprogrammet, og filmene varierte mellom alt fra ti sekunder til tju minutter. Animerte vers var representert som et av flere mindre spesialprogram, der teknikkene var hovedsaklig stop-motion eller mer klassisk tegnefilm. Av det jeg kunne se var det også hovedsaklig adaptasjoner, filmatisering av allerede publiserte dikt, urgamle som nye. Og ingen fikk vi se videoopptak av poeter som leser opp dikt i en eller annen setting. Zebra er også av min erfaring den eneste festivalen i Europa som fokuserer på poesifilmen, og en hovedvekt av disse filmene var til en viss grad «smale», og trenger nok en slik festival for å bli sett. Nå er vel «smal» et utslitt og flytende begrep, men jeg må nesten bruke det et par ganger til; som festival er også Zebra smal i forhold andre typer filmfestivaler, og jeg opplever at animasjon blir et smalt program i en smal festival. Når filmene stort sett ikke er tilgjengelige på nett, er det nok bl. a. av varighet og rettighetsmessige grunner. Da finner de også veien til DVD-magasiner, bl. a. Rattapallax, der jeg fant filmen 'Tyger' som jeg går nærmere inn på i analysen.

2.7_OPPSUMMERING, LITTERATUR

Om ikke jeg er blitt dummere av disse undersøkelsene, ser jeg i det minste at jo mer jeg undersøker dette området, jo større blir det. Som tidligere nevnt er det en frodig plass, og den ser ut til å utvikle seg mens dette skrives.

Internett er en viktig faktor for nettverkning, diskusjon og omtaler av alternative utgivelser. I de tilfeller jeg finner videoproduksjoner (med unntak av Zebra, Berlin) dreier det seg som regel om enkle video-opptak av en forfatter/poet som leser opp et dikt, eller ren dokumentasjon av literaturtreff. Til tross for at nettet er såpass anvendelig for å se og spre videoproduksjoner av relativt kort lengde, er det av det jeg kan se få eller ingen i norsk sammenheng som benytter animert grafikk som medie og fortellerteknikk, i forbindelse med litteratur.

Alternative publiseringsmetoder er – blant annet – en reaksjon mot det enkelte aktører oppfatter som store forlags strømlinjeformede utgivelsespolitikk. Det virker også som det er et ønske om rom for eksperimentering med form og innhold, som gir forfattere og småforlag bensin på tanken. Gjennom alternative publiseringsmåter sørger de bl. a. for at små eller utforskende poesi og litteratur ivaretas, stimuleres eller får spillerom og kan publiseres. Og når et stort etablert forlag velger å innlemme et mikroforlag i sine rekker, er jeg fristet til å tolke det som det som at «de små» er inne på noe.

Småforlagene tilbyr en alternativ produktkatalog, og «savner litteratur som tør å sprengre grenser mellom andre kunstformer» (Wold, s. 9). Av eksemplene jeg har funnet gir dette seg utslag bl. a. i utgivelser som utfordrer bokformatet – enten de kommer i form av en «eksklusiv» eske med løse ark, eller håndlagde «singer», lagt for å leses ihjel og glemmes. Disse bruker grafisk design og ulike materialer og taktilitet som gjør dem eksklusive eller annerledes. De er ikke bøker i tradisjonell forstand, men kanskje bedre betegnet som litterære objekter, om jeg kan tillate meg å bruke det i en utvidet forstand.

Felles for de litterære objektene er at de er «skreddersydd» for sin egen utgivelses-sammenheng. Verket, eller teksten er altså produsert for det enkelte prosjektet/produktet, med den hensikt å formes, publiseres og oppleves på en bestemt måte. På den måten blir også formen og det visuelle en del av et budskap og/eller opplevelse. De er altså ikke illustrasjoner eller tolkninger av en eksisterende tekst – publisert på en annerledes og uvant måte. De er litterære objekter som kun ville oppståt innenfor sine egne rammer, publisert i sin egen form og sammenheng.

Noe de fremdeles har til felles med en tradisjonell bok, er selve den fysiske formen. Slik kan den distribueres og anskaffes, og det visuelle kan gi objektet en mer verdi – noe å samle på. Dette har fått meg til å tenke at animert grafikk kanskje også kan passe inn i flere av disse aspektene.

Basert på min egen opplevelse, er disse publikasjonene også noe man må aktivt oppsøke for å finne (og det er sikkert mye av poenget for noen!). Men selv om man ikke aktivt oppsøker en bestemt type kuriositeter fordi terskelen virker høy, kan man potensielt bli begejstret for innholdet eller opplevelsen, dersom det blir «servert» eller tilgjengeliggjort i et mer umiddelbart medie (tenk på alt man gir glipp av, uten å vite at man ville hatt stor glede av det!).

«(...) man snakker hele tida om at små litteratur, kortprosa, poesi har så forsvinnende lite publikum. Derfor er det viktig å være offensive i forhold til å finne nye måter å få det ut til publikum på.»

– Audun Lindholm, intervju

3.0_BOK VIA SKJERM

3.1_Boktraileren

Boktraileren er fremdeles et relativt ferskt fenomen innenfor litteratur og markedsføring. Nå skal det bemerkes at mitt masterprosjekt ikke skal bli en trailer, eller direkte reklame for en bok – men det er nærliggende å kikke nærmere på det med tanke på at bokbransjen åpner seg mot video som kommunikasjonskanal.

Å selge bøker via boktrailere er i ferd med å bli etablert praksis i hovedsaklig USA og Storbritannia*. Slike trailere kan man lett finne med enkle søk på nettet, men angående norske produksjoner er det fremdeles sparsomt. I artikkelen Boksalg via skjermen (aftenposten, 30.12.07) står det å lese at norske forlag foreløpig sitter på gjerdet i denne sammenheng. Her intervjues Ida Halvorsen i kommunikasjonsbyrået Gazette, som sier at «dette er noe av det største som skjer innenfor forlagsbransjen for tiden, i alle fall internasjonalt».

Halvorsen tok initiativet til å produsere en trailer for Torgrim Eggens roman «Hermanas», uten at Cappelen på den tiden så noen videre bruksområder for en slik produksjon, med argument om at de var «velldig usikre på effekten målt opp mot kostnadene ved denne formen for markedsføring. Det var også vanskelig for oss å si noe om hvordan en slik reklamefilm best kunne distribueres», ifølge Cappelens informasjonssjef. (-Boksalg via skjermen-aftenposten.no)

Étt år senere har Cappelen Damms lansert en egen nettside kalt norske-serier.no, der norske serieromaner omtales sammen med 15 trailere (per sept. 2008), en nettside også reklamert for på tv. I tillegg er «Norske Serier» opprettet som egen profil på youtube, der disse filmene kan spilles av.

*Boksalg via skjermen - Espen A. Ek, aftenposten.no 30.12.07

gazette.no

norskeserier.no

youtube.com/user/NorskeSerier

The screenshot shows a website layout with three main columns. The left column is titled 'SERIEROMANER' and lists various genres like 'Krim', 'Kjærlighet', 'Historie', etc. The middle column is titled 'Serieromanen Flammenes' and features a book cover and a trailer image. The right column is titled 'NYHETSFOKUS' and contains news items. At the bottom, there is a 'NOVEDBET' section with a list of books and a 'Bøker på symbolski vendes for fullstoppetromning' section with a large image of a couple in a forest.

«Små filmsnutter kan i dag spres med viral markedsføring via nettsamfunn, blogger og e-post med svært lave kostnader. Forlagene vet at positiv vareprat gir god salgs effekt, så digital vareprat burde være en åpenbar forlengelse.»

– Ida Halvorsen, *Aftenposten* 30.12.07



«Snannens» Jo Nesbø - Faksimile: youtube.com

Aschehoug fikk produsert en trailer for Jo Nesbøs krimroman «Snannens» (2007), hovedsaklig for å introdusere en norsk krimforfatter på det britiske markedet. Forlaget ble såpass fornøyd med resultatet at de kostet på seg å oversette voice-over og salgspakat til norsk, slik at den kunne vises på norsk tv og kino*.

I følge Even Råkil i Aschehoug satte boken salgsrekord og sier om traileren: «Det er nok mange faktorer som spiller inn det, men med 135 000 solgte bøker er det klart at tv-reklamen har i hvert fall ikke virket hemmende på salget». Videre sier han til *Aftenposten*: «Det er ganske dyrt, både å lage og å sende (reklame kino/tv, stud.ann). Men vi vet jo at audiovisuelle medier har en ekstrem gjennomslagskraft. En enslig liten avisannonse selger sannsynligvis ikke en eneste bok i dag.»*

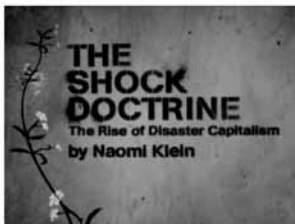
*Mona Ek, produsent av Aschehoug - telefonintervju 07.01.08

*Boksalg via skjermen - *Aftenposten* 30.12.07

SHOCK DOCTRINE

En amerikansk produksjon som er mer en kortfilm enn en trailer, er Alfonso Cuaróns syv minutter lange film basert på Naomi Kleins bok «Shock Doctrine». Det er verdt å merke seg at på Youtube har filmnoteten på under ett år blitt spilt av snart 700.000 ganger*. Selv om denne filmen knyttes tett opp mot boken i alle omtaler, er det likevel en kortfilm som kan stå for seg selv. Shock Doctrine omtales nærmere i analysen.

*Eide: per 01.03.09 er denne videoen fjernet fra profilen youtube.com/watch?v=shockdoctrine



Faksimile: youtube.com

3.2__BOK, BOKKLUBB & WEB-TV

I tillegg kan man se på nettsidene til Bokklubben og Norli, at bokhandlerne har åpnet for web-tv på sine sider. Her er det først og fremst intervjuer med forfattere, og korte reportasjer om bøker eller litterære arrangementer. Men også i enkelte tilfeller finnes linker til boktrilerte sist i en omtale, og da fortrinnsvis for utenlandske publikasjoner. Selv om det foreløpig ikke er trailere som dominerer her, viser det at bruk av video i forbindelse med bokbevisen er utstrakt.



3.3_YOUTUBE...YOU TOO?

Mens denne oppgaven skrives dukker det opp flere norske forlag på youtube med egen brukerprofil. Her kan man finne en og annen boktraler, som nevnte NorskeSeries. Men hovedsaklig er det korte, -hjemmelagede- snutter – f. eks. opptak fra bokbud, enkle forfatterpresentasjoner, enda mer høytopplesning på video, og mobil-videosopptak av diverse påfunn fra forlagenes ansatte. Her får jeg inntrykk av at forlagene først og fremst vil passe på å være tilstede i et medie og nettsamfunn som er svært aktivt; gjennom youtube kan man dessuten abonnere på disse profilene og få beskjed per epost når profilen oppdateres.

*User: Samlaget
Joined: August 27, 2008
youtube.com/inesr/
DetNorskeSamlaget



Mer høytopplesning på video, fra Samlagets brukerprofil.

«Sentral Sentralen» – inners humor fra Det Norske Samlaget

Av det jeg kan se har kanskje CappelenDamm fortløpelig vært mest bevisst i forhold til poengset med å opprette en profil på youtube. Kommunikasjonsbyrået Gazeta forsøkte som nevnt i 2007 å overbevise Cappelen Damm om at korte filmuttøkk kan lett spres gjennom viral markedsføring, noe forlaget stilte seg skeptisk til. Ett år senere har de lansert begrepet «Bokpner» – enkle oppsett av forfatteren som forteller om boka si. Lanseringen ble fulgt av markedsdirektørens sitat om at «vi tror at disse bokpnerne er mer effektive enn ordinære annonser. (...) Bokpnerne vil også ha en mye lenger levetid enn annonser, og kan distribueres gjennom flere netthaserte kanaler. For eksempel YouTube».

*«En ny måte å presentere bøkene på», cappelenbygg.no, 19.08.2008



User: CappelenDamm
Joined: April 10, 2008
youtube.com/user/CappelenDamm

Bokpnerne er gjort i samarbeid med filmselskapet Cynerg (cynerg.no)



User: Flammeforlag
Joined: August 12, 2008

youtube.com/user/Flammeforlag

Flammeforlag dokumenterer sin debut.



«Kolon Kim», som det heter seg på forlagets nettside.

Arti Behn leser høyt for oss.

kolonforlag.no

3.5. OPPSUMMERING, BOK VIA SKJERM

Boktrailerene er et nytt verktøy som gir meg inntrykk av å ha stort potensielle salgs-effekt og kommunikasjonskanal. Det fins som nevnt flere trailere ute på nettet, men slik jeg opplever det varierer de svært i kvalitet – de fleste jeg har sett fremstår litt -hjemmelagd-, og utfordrer ofte min tilfredshet i forhold til varighet. De trailerene jeg har funnet som har tyngre produksjon er fengende og imponerende (Snømannen synes jeg er flott!), men det er få eller ingen som benytter seg av visuell kommunikasjon i form av animert grafikk. De er heller produsert etter nøyaktig samme oppskrift som trailer for en film – til tross for at en bok på ingen måte er det. Det ser ut som reklame for en film helt til siste bilde, som sier noe å la -les boken-. Her blir det vel også et spørsmål om å veie hvor mye konkrete mentale bilder man skal gi av en bok, men varierer nok også fra sjanger til sjanger (roman/sakprosa) Kan en boktrailer oppføre seg annerledes en en filmtrailer?

At forlagene nå er blitt bevisste youtube og videonutter, synes jeg er et interessant fenomen, og det er vel ikke en helt unaturlig utvikling heller. Og at mange av videoproduksjonene jeg har sett virker -hjemmelagd-, eller har en lun, intern karakter er forøvrigt også i tråd med formatet på youtube, som demokratisert videopubliserings. Likevel tenker jeg det ligger store muligheter her til å benytte seg av formatet, utover det jeg opplever som et ønske om å bare være tilstede i disse kanalene.

Hovedsaken er vel at bokbransjen er i ferd med å oppdage en audiovisuell kommunikasjonsplattform, og jeg vil tro at visuell kommunikasjon og animert grafikk kan spille en rolle i denne utviklingen. Grafisk design har tidligere søgt for at fine annonser er kommet på rykk, og det er vel lite som hindrer det samme i forhold til skjermbaserte medier.

Når bokbransjen stadig oftere benytter seg av skjerm, og er mer tilstede på nettet med video og web-tv, vil jeg tro at publikum også gradvis blir mer vant til å møte forfattere og bokbransjen generelt på disse arenaene.

HELE
DENNE

What do we mean by motion graphics?

Although the answer is often subjective and intuitive, inclusion in the genre depends on several factors:

- *First, they are morsels of time-based visual media: film, video, computer graphics.*
- *Second, they are generally short: from luscious broadcast stings lasting just a few seconds, to peppy promos and commercials running a few seconds longer, bringing us to the gold standard of the media age – the three-minute attention span.*
- *Third, the über-motion graphics of right now is a pyrotechnical melange of computer-generated imagery flowing and ebbing behind type, slickly orchestrated to champion the magical Z- (or depth) axis.*

- Eye Magazine #60



4.0 ANIMERT GRAFIKK

Jeg mener animert grafikk så og si daglig. I størst grad opplever jeg det på tv, der det er sterkt representert i reklame, informasjonsgrafikk og i forbindelse med tv-programmer som inntrådd og tittelsekvenser i film. Animert grafikk preger så godt som alle audiovisuelle kanaler inkludert web, og er en effektiv måte å skape blykkfang, og formidle informasjon, stemning og historie. Imidlertid har jeg også ønsket å se på hvilken rolle animert grafikk kan spille utenfor reklame eller introduksjonssammenheng, som selvstendige uttrykk, eller som et aktivt fortellerverktøy integrert i film.

Animert grafikk er også et svært omfattende felt, og det ville tatt mange sider å gi et helt overblikk – i dette kapitlet vil jeg gjerne se på noen tendenser innen animert grafikk, og noen litt mindre vitenskapelige observasjoner jeg har gjort meg. For ikke helt å miste i fester har jeg hatt kontakt per epost med Anders Fabritius, animasjonsdesigner og partner i det norske animasjonbyrået Raccar.

4.1 EGENINITIERT PROSJEKTER

Animert grafikk blir i dag ikke kun brukt til å pakke inn begynnelse og slutt på et tv-program eller som en snuende logo i reklame, men vinner stadig ny grunn som et meningsbærende og stemningssettende verktøy. I tillegg har muligheten til å benytte seg av teknikken fått større omfang enn tidligere. Gjennom utvikling av programvare som gjør animasjonsproduksjonen relativt enkel og billig, har faget blitt på flere måter blitt demokratisert, og dette gjør det mulig for stadig flere grafisk designere å sette grafikk inn i et tidsbasert medium*.

I artikkelen Images over Time (Eye Magazine #60) antyder det at fagsmekler motion graphics ser ut til å «åpne seg» – at mange prosjekter ikke nødvendigvis er kommersielle oppdrag, men heller er egeninitierte produksjoner som kanskje, kanskje ikke ender opp med å promotere noe.

En grunn til dette kan være at mange designstudier i dag sitter på mer teknisk kunnskap og kreativ vilje enn hva det kommersielle markedet tillater eller ser mulighetene i. Ved å gå til nettsidene til studioer som P500V, MK12, P15 finner man et utvalg kortfilmer som er verken reklame eller musikkvideoer, men heller en kreativ innsats, ofte på studioets eller animatørens eget initiativ. Det kan se ut som enkelte utøvere brønner inne med kreativitet, og får utløp for dette gjennom egne frittstående prosjekter (jfr. mikroforlagene, stud.ann). I lys av dette kan det se ut til at bransjen foreløpig ligger foran det kommersielle markedet, når de selv kan bestemme tema, uttrykk, teknikk og fortellerteknikk.

I forbindelse med hælcor-prosjektet intervjuet jeg Kataline Skjæven, produsent i det norske firmaet Racecar, som produserer grafikk for bl.a. tv, reklame og film. Hun kunne fortelle at det i enkelte tilfeller kreves å overtale kunden til å være litt mer dristig. Tv-bransjen ser ut til å gi friere tøyler i enkelte tilfeller, kanskje spesielt NRK. Racecar produserer for noen år siden vignetter for blant annet programmer som «Typisk Norsk» og «Jan Johansen», og disse har preg av collage i munter animasjon. Et slikt foruttrykk i vignetter bredde senere om seg i høy grad – senere opplevde Racecar at kunder oppsøkte studioet og gjerne ville ha «noe a la Typisk Norsk». Altså ser man eksempler der kunden viser interesse først etter at uttrykket er etablert, men også når den aktuelle stilen er på hell.



Typisk Norsk // Racecar

Det amerikanske studioet MK12 er innflytelsesrike innenfor motion graphics. De har store kunder som Coca Cola, Levis og Adidas, og gjort oppdrag for kanaler som MTV og Cartoon Network. Utover dette produserer de også en lang rekke promotør for festivaler og merkevarer, og har levert spesialeffekter til film. Arbeidet de har lagt ut på nettsiden MK12.COM er delt inn i 10 kategorier; kommersielt og internt – og det er tydelig at disse er sidestilt.

MK12 har fortalt i et intervju med nettmagasinet LOUNGE72 at de jobber primært innen kringkasting, men vektlegger at ved siden av kommersielt arbeid, er de først og fremst filmskapere, og produserer kortfilmer når de kan. På spørsmål om hva som er meningen bak en den interne kortfilmen *Sweater Porn*, svarer Ben Radatz «look no further than the piece itself», og utdyper videre at filmen først og fremst er lek med konsept og teknikk.

«It used to be that animation and motion graphics were tedious undertakings that could only be accomplished with a crew and a budget. Now that computers are capable of handling the workload, the field has been opened up to most anyone with an idea and a modest PC.»
- Ben Radatz, MK12

TACTICAL DESIGN AND RESEARCH BUREAU
INFO • REEL • VIDEOS • NEWS • SHEP • CLIENTS
MOTIVE • MY MOTIVE
CLIENT • MY MIND

mk12.com

ART? SCIENCE?
SWEATER PORN // MK12 // 00:58 MIN // 2003

depth?
HISTORY OF AMERICA // MK12 // 31 MIN // 2005
Official Selection: Sundance Filmfestival 05

WORMS // MK12 // 2:30 MIN // 2002
En oppvisning i kinetisk typografi, som oppstår svakere med voiceovers uttale. I ettertid kan man finne mange studentarbeider på youtube med lignende animasjonsgrep.

Infotypo: Skjermung for diverse youtube-bilder, med noe jeg opplever har klar adresse hos MK12's Macholtes

Full Metal Jacket voiceover
Pulp Fiction voiceover
Transporting voiceover

4.2_ ANIMERT GRAFIKK SOM AKTIVT FORTELLERELEMENT

Peter Hall skrev i 2000 et hjertesøkk av et essay der han savner animert grafikk som gikk utover sin rolle som vignett, og kunne være et likestilt fortellerelement i selve filmen. Spørsmålet meldte seg etter han hadde vært på en filmfestival og sett et program om tidenes beste tittelbrevsvenner. Etter å ha sett en rekke tittelbrevsvenner der selve filmen var klipt vekk, følte han at de hang litt i løse lufta, at en sekvens uten film var som en ramme uten et maleri. Videre opplevde han at grafikkens bidrag i filmens handling (anno 2000) stort sett begrenset seg til til IKEA-scenen i Fight Club. Og at -rett nok kan det tenkes at det blir distraherende med animert grafikk eller typografi sprettende rundt i realfilmen, men -det har da aldri stoppet tv- eller webdesignere*.

Looking Closer 4

HELE
DENNE



Psycho, Hitchcock 1960 – et eksempel på en klassisk tittelbrevsvenner, signert Saul Bass



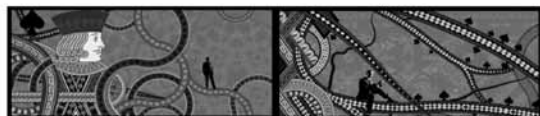
Fight Club, David Fincher 1999, IKEA-scenen

*Min oversettelse fra engelsk

Et subjektivt utvalg tittelbrevsvenner fra nyere tid.



Thank you for smoking // Regi: Jason Reitman // 2005



Casino Royal // Regi: Martin Campbell // 2006

4.3_ OBSERVASJON 1 – STRANGER THAN FICTION

Kanskje ble Halls savn besvart noen år senere med filmen Stranger Than Fiction (2006). Her er den animerte grafikken (produsert av MK12) en svært aktiv og tydelig del av filmen. Grafikken er riktignok overveldende tilstede i første scene, og opptrer deretter noen utvalgte steder i filmen i en mer nøktern grad. Kan man likevel si det viser grafikkens potensial i filmen? Et eksempel på animert infografikk som en aktiv og integrert forteller, eller er det bare deko? Her oppfatter jeg at den bidrar til å karakterisere personen filmen handler om, og beskriver hans måte å orientere seg eller se omgivelsene på.



Den opptrer som en slags infografikk når han teller antall ganger han pusses tennene, kalkulerer avstander, eller regner ut tid fordelt på diverse aktiviteter. Å fortelle det med voiceover er én ting, men kan denne grafikken gi et bilde på noe mer? Animasjonene er ellers temmelig imponerende i form og utførelse. Et viktig grep her har vært at grafikken «henger fast» i elementer i realfilmen. Om det er grafer som karakteren tenker på og regner ut, henger de fast i hodet hans, og om han kalkulerer avstander og areal i gater eller på bussen, henger grafikken fast i objekter og omgivelsene.



Stranger Than Fiction // Regi: Marc Fooster // Grafikk MK12 // 2006

Jeg har nevnt MK12 som et innflytelsesrikt bilde, og etter å ha sett denne filmen, kunne jeg ikke la være å legge merke til et påfallende antall tilfeller der dette grafiske grepet ble brukt i norsk reklame. Spesielt ICAs reklameserie tok en periode nærmest eierskap i hvit infografikk som henger fast i produkter. Entenvert gikk det igjen i flere tyske reklamer, og det vi ser som om ICA-reklamen selv kommenterte de bevisynlige hvite prisene som omgav den butikken – en meta-reklame? Jeg fikk et inntrykk av animert grafikk på denne måten er viet mer oppmerksomhet enn jeg har sett tidligere.



ICA med «fysiske» priser som henger fast på produktet. Filmene kan ses på ica.no.



ICA kommenterer seg selv – «Marcel» viderefører en familietradisjon med hengende, ansløye priser (Marcel's bestefar til høyre)



Sukkerfrie varer: Rimi stemmer i, og ser ut til å ha litt noen grep fra Stranger Than Fiction



4.4 OBSERVASJON (I) – ANIMERTE INNSTIKKERE

Har vi blitt mer vant til animasjon steder man ikke så det før? Et annet tilfelle jeg har blitt meg merke i er animasjon som innstikker i realfilmer med relativt bred publikumspell, og som ikke nødvendigvis er science fiction eller eventyr. Også disse innstikkene synes å være integrert i filmen som et fortellerelement på en måte jeg ikke er helt vant med fra før – aksepterer man i større grad innslag av animasjon som karaktertrekk eller fortellerverktøy?



Sen of Rainbow // Garth Jennings // 2008

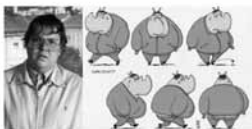


Foto // Arvid Frøholm // 2006



Across the Universe // Julie Taymor // 2002



Hitchhiker's Guide to the Galaxy // Garth Jennings // 2005

4.5. KONTRAST & OPPSOMMERING, ANIMERT GRAFIKK

Som sagt blir nok dette mer observasjoner – jeg opplever at den animerte grafikken stadig omgir oss i de fleste audiovisuelle kanaler, og opptrer i såpass varierte sammenhenger at det kanskje blir «naturlig» å møte den på steder man ikke har møtt den tidligere, og at det derfor kan være nok for animert grafikk å stå på egne ben, uten en kommersiell avsender.

Anders Fabritius påpeker imidlertid også at animasjonen eller grafikken har jo vært tilstede gjennom hele filmhistorien. Motion graphics har lenge vært integrert som special effects, og publikum er på mange måter allerede vant til å møte animasjon på denne måten.

Det ligner vel også på bøna eller eggset om hva som kommer først; er det MK i 2 som inspirerer reklamens grafikk, eller er det nettopp reklamen som har vent oss til typografi og grafikk blant personer og objekter?



Minority Report,
Spielberg, 2002
– Tom Cruise dirigerer
animert grafikk

«(...) når det kommer til motion graphics og evnen til å stå på egne ben utenfor reklamesammenheng, blir det litt mer spesifikt. Innenfor reklametilfelle finnes mang en liten narrativ med motion graphics som virkemiddel og motor. Mange av disse eksisterte allerede i lignende form som egenstående små kortfilmer. Nysgjerrige AD'er støvsuger dette markedet jevnlig på utkikk etter noe nytt eller løynefallende. 'Markedet' må jo da bli nettverk som motionographer.com og xplsv.tv og ikke minst festivaler som Onedotzero, Resfest, F5 etc.»

– Fabritius i epost

6.0 DESIGN AUTHORSHIP

Jeg ble gjort oppmerksom på begrepet *designeren som forfatter* gjennom boken «Design authorship through public matters», en hovedfagsoppgave ved KHIB, skrevet av Ian Holcroft. Her drøfter han prinsipper om hvorvidt en designer kan skape et selvstendig prosjekt eller produkt, et produkt som er en beskjed i seg selv, og ikke nødvendigvis formgi eller pakke inn noe som allerede eksisterer, gjennom en ekstern oppdragsgiver.

Som en innføring i emnet ser Holcroft nærmere på hva som språklig definerer en forfatter eller et forfatterskap. Her siteres først definisjoner fra et amerikansk leksikon, der det påpekes at «verbet å 'forfatte' (to author) brukes om å være ansvarlig for innholdet i en publisert tekst. På den måten er det ikke helt synonymt med verbet å 'skrive'; man kan skrive, men ikke forfatte et kjærlighetsbrev eller en upublisert tekst». Ifølge Holcroft sier denne tolkningen bl. a. at en forfatter må skape det originale materialet – forfatteren er *skapern av innhold*. Når definisjonen videre påpeker ikke-forfatterskapet ved en upublisert tekst, bekrefter det viktigheten ved publisering: for å forfatte et verk, må verket publiseres på en tilgjengelig måte for å gis forfatter-status (Jfr. Christensens sitat om frustrasjon over at man som upublisert skribent ikke har noen identitet, s. 10)

«Design authorship through public matters» s. 13

FORFATTERSKAP (authorship)
(fra American Heritage dictionary of English language)

- Tilstanden, akten eller yrket ved å skrive, skape eller forårsake
- Være kilde til
- Å fortelle, å si

FORFATTER (author)

- Forfatter av en bok, artikkel, eller annen tekst
- Starteren, formgiveren, være årsaken til noe
- En skaper av en teori eller plan

På denne måten kan man spørre seg om forfatterskap er forbeholdt forfattere – mulighet og evne til å skape og utforme en idé eller konsept, for deretter å publisere det på egne vilkår. Holcroft skriver at innenfor visuell kommunikasjon kan dette gjøres hovedsaklig gjennom trykte eller digitale flater, og realiseres gjennom f. eks. publisering, utstilling, læring (foredrag) og deling mellom personer. Design-forfatterskap har da muligheten til å plassere idéer eller visjoner i det offentlige landskapet, og være et positivt og engasjerende bidrag – å inspirere til innovasjon og progressive løsninger innenfor temaer samfunnet bryr seg om eller fascineres av.

(Min oversettelse fra engelsk, «Design Authorship through public matters»)

s. 18 (...) En designer av visuell kommunikasjon løser problemer, skaper form, og beskriver visuelt gjennom idéer og grafisk produksjon. Design-forfatteren initierer og skaper prosjekter; tar avgjørelser om og bidrar til innhold; og leverer resultatet som visuelt, fysisk materiale, via en kommunikativ prosess.

s. 18 (...) Det er viktig å bruke disse begrepene korrekt (des.for?), for å klargjøre og beskytte kredibiliteten til designere som arbeider på denne måten.

(...) Essensielt er det skapelsen av innhold som definerer forfatterskap og rollen som forfatter. Derfor må designforfatterskap innebære alle designerens roller, kombinert med en aktiv investering i innholdet. Nøkkelbrevet innenfor designforfatterskap er altså innhold. Innhold er et kollektivt begrep, og kan beskrive idéen, budskapet, informasjonen, teksten, uttrykk og mening ved et arbeid.

s. 11

– Holcroft ser fem vilkår for å definere design-forfatterskap:

DESIGNFORFATTERSKAP

s. 11

- Designeren «unntfanger» (conceives) et **konsept**
- Genererer idé, mening og informasjon: **innholdet**
- Starter design-mekanikken: **prosessen**
- Skaper alle aspekter ved prosjektet: **formen**
- skaper presentasjonsform: **publikasjonen**

KONSEPT + INNHOLD + PROSESS + FORM + PUBLIKASJON
= DESIGN-FORFATTERSKAP

6.1 OPPSUMMERING, DESIGN AUTHORSHIP

Her vil jeg først påpeke at Holcrofts teori er svært omfattende og reflektert, og i dette kapittelet har jeg hentet ut vinklinger og poeng for selv å få en forståelse for begrepet design-forfatter.

Jeg opplever denne teorien som svært inspirerende, og vilkårene beskriver en prosess som kan være til hjelp for meg i utviklingen av dette prosjektet. Samtidig ser jeg en viss likhet mellom disse vilkårene og alternative publiseringsmetoder (mikroforlag, litterære objekter), og eksempler der animert grafikk er et egeninitiert og selvstendig produkt.

It's the difference between helping realise a body of work, versus producing a body of work that you are identified with.
– J Abbot Miller



«Design authorship through public matter» – Ian Holcroft
ISBN: 92.303.0367.3
Published by Rout Press

100. AVSLUTNING OG REFLEKSJON

Så, kan animert grafikk brukes som alternativt publiseringsmetode i sammenheng med litteratur? Det tror jeg faktisk det kan, men det vil nok også være avhengig av nettopp sammenhengene det opptrer i. Både litteratur og animert grafikk er svært omfattende felt, og man kan sikkert drøfte seg gul og blå underveis.

Denne piloten er knyttet til litteratur gjennom samarbeidet med en forfatter – det er en kottekst kombinert med grafisk form, og foralt med grafiske og tekniske grep, og benytter seg dermed av formatet. Historien er utviklet med den hensikt å bli en animert serie som kan oppleves eller serveres i et umiddelbart medie, og innhold og format har her påvirket hverandre. På den måten har det et slektskap med andre alternative publiseringsformer, der man setter noen konkrete premisser helt fra starten, for å oppnå et visst resultat.

I tillegg opplever jeg at animert grafikk som metode møter flere aspekter fra deler av det litterære miljøet. For det første er denne pilotepisoden et eksempel på en hybrid sjanger (Afsnit P) fordi den blander litteratur og animert grafikk, tekst og bilde samt tid og lyd. Den kan bidra til å gi forfatteren en identitet utenfor bokformatet, samtidig som det ikke nødvendigvis er avhengig av et forlag for å bli publisert eller distribuert (Bergenslug). Jeg vil også tro dette kan være en plattform for et møte mellom grafikk og litteratur, og har en mulighet til å skyve noen grenser i forhold til samtidslitteratur (Audiatur).

I målsettingene ønsker jeg blant annet å peke på animert grafikk som publiseringsverktøy, og det tror jeg at jeg gjør med denne episoden – og om ikke denne bestemte episoden er et fast svar, tror jeg det kan vise noen muligheter som forfattere eller småforlag ennå ikke har benyttet seg av. Jeg ønsker også å bruke animert grafikk som aktivt fortelleelement og selvstendig uttrykk, og det tror jeg også denne filmen kan være et eksempel på.

Om man i dette tilfellet tar forfatteren ut av ligningen vil det vel i praksis først og fremst være en animert kortfilm. Og en egeninitiert animasjonsfilm som forteller en historie er ikke akkurat noe nytt. Det kan heller ikke erstatte boken eller det skrevne ord, og tolkningstommet og -leser-opplevelsen vil være ulikt fra et litterært objekt til et annet.

Men som en egen sjanger tror jeg det har en leverett, som én av mange fasetter i den produksjonen som som utgjør alternative publiseringsmetoder. Og som sjanger tror jeg også det har mange fordeleer med tilgjengelighet – som et fysisk dvd-produkt har det i teorien de samme mulighetene for å distribueres og anskaffes som andre produkter av den alternative publiseringsform. I tillegg kommer mulighetene for å spre og oppleve den gjennom audiovisuelle kanaler. Men som sjanger, for å kunne benytte seg av den, er vel også forfatteren avhengig av animasjonsdesigneren (så fremt ikke den aktuelle personen behersker begge deler!).

Å presentere animert grafikk som kommunikasjonsmodell for litteratur vil nok også ses på som om glasset er halvfullt eller halvtomt; store forlag vil kanskje vurdere det som potensiell reklame eller trailer, ikke en fullverdig publiseringsform. Mens småforlag kanskje vil se det som en mulighet for publisering.

Om denne typen prosjekt vil være interessant for småforlag gjenstår også å se, med tanke på at småforlag er svært bevisst på sin forlagsidentitet, og sannsynligvis kan tenke seg å ha en finger med i spillet nderveis. Men for å kunne vurdere det, må de vel også ha et eksempel som utgangspunkt – og jeg tror Viva Zombatista kan fungere som det; et pilotprosjekt.

Når det gjelder hvilken rolle kan animert grafikk spille utover reklame og introduksjon, er nok dette også et svært åpent spørsmål, og her kan jeg vel heller ikke si at jeg har funnet noe fasitsvar. Dessuten forekommer det allerede i mange former. Men jeg tror det er sunt å lete etter nye sammenhenger for animert grafikk å opptre, og bidra til en bevisstgjøring rundt fagområdet. Noe av svaret kan også ligge i fagsnitene over, at det kan være en egen sjanger med en egen hensikt. Og dersom animert grafikk skal stå på egne forteller-ben, vil nok også mottagelsen variere etter hvor publikum muter det. Eller som en av ressurspersonene til dette prosjektet nevnte: om publikum savner en kommersiell avsender eller ikke vil jo måtte stå sin prøve.

DET NYTTIGE SPØRKE

Om ikke annet tror jeg prosjektet viser at animert grafikk kan være et nyttig verktøy for forfattere eller bokbransje. Som nevnt i denne oppgaven snuser forlag på boktrailere. Men i de fleste eksemplene jeg har funnet er det benyttet realfilm og virkemidler som tilhører trailere for film. Ettersom film og bok er to såpass forskjellige ting, tror jeg boken har en fordel av ikke nødvendigvis å presenteres med filmkvaliteter (hva skal da være forskjellen på trailer for bøka, og trailer for den evt. adaptasjonen av boka?). Og at grafikk har en mulighet til å ivareta en et visst tolkningsrom. Kort sagt mener jeg vel at animert grafikk fortjener en del av kaka dersom boktrailere blir en utbredt geskjeft.

VIDEREUTVIKLING

Denne serien er blitt trygd på i form av å komme fram til en innledende pilotepisode. Når mye av dette grunnlaget er lagt, kan det være enklere å videreutvikle de øvrige episodene, og beregne omfang, tiden og veien. For å få gjennomført det, tenker jeg at det først og fremst ville krevd en rekke søknader om prosjektstøtte, i selskap med en god argumentasjon. Aktuelle støtte-instanser kan være Kulturrådet eller Friit Ord. Eller hva med Norsk Oversetterforenings stipend for oversettingsprosjekter, dersom jeg kunne overbevist dem om at tekst kan oversettes til animert grafikk.

Men aller, aller først, vil jeg sende filmen i posten til Simen, som i disse dager er i ferd med å bli far i dobbel forstand; en bebis og en bok. Og ettersom dialogen allerede er opprettet med redaktøren i Gasspedal, virker det som et greit sted å starte.

Takk for oppmerksomheten.

kulturdal.no
fritt-ord.no
oversetterforeningen.no

MASKINALDERENS MULIGHETER

AV MARTE FINESS TRETVOLL

Audun Lindholm i mikroforlaget Gasspedal mener vi trenger en litterær infrastruktur som er i takt med den teknologiske utviklingen.

Audun Lindholm er redaktør i tidsskriftet *Vagant* og driver mikroforlaget Gasspedal. I forlagets nye serie Gasspedal Animert samarbeider animatør Kristian Pedersen med forfattere som Simen Hagerup, Annelie Axén og Sigurd Tenningen. De utforsker mulighetene for å kombinere animert grafikk og skjønnlitteratur, gjennom lyd, tekst og visuelle innslag som kan spilles av på skjerm.

– Animert grafikk er en svært fleksibel uttrykksform, men i Norge er mulighetene lite utforsket utover tv-jingler og reklame. I serien får animatøren jobbe utenfor kommersielle rammer, og forfatteren en utfordring i å skrive for et annet medium enn boka. Vi ønsker å stake ut nye litterære retninger ved å arbeide med andre formater enn storforlagene.

Heller enn å motsette seg nettverkssamfunnet mener Lindholm at litteraturen kan stimuleres av møtet med nye publiseringsplattformer.

– Internasjonalt er elektronisk litteratur en betydningsfull kunstnerisk bevegelse. At boka taper terreng til nye medier trenger ikke bety at litteraturen blir skadelidende, sier Lindholm.

Han mener at norske forfattere og forlag har vært trege med å erkjenne hva digitaliseringen bringer med seg, men at situasjonen er i ferd med å endre seg.

– Da Michael Joyce, forfatteren av den første hypertekstromanen, foreleste i Norge i april, erklærte han at Universitetet i Bergen nå hadde seilt opp som det globale sentrum i forskningen på e-litteratur. Han gliste til

verten, Scott Rettberg, da han sa det, men mye har uten tvil skjedd på kort tid.

MASKINALDEREN

– I hvilken grad tror du den digitale utviklingen vil påvirke den litteraturen som blir skrevet?

– I utgangspunktet er jeg skeptisk til teknologideterminisme. Det finnes en rekke politiske, teknologiske og kunstneriske valg vi kan gjøre for å påvirke utviklingen i gunstige retninger. Det er også gode grunner til at forlagene i et lite land som Norge kjemper med nebb og klør for sine rammevilkår og den infrastrukturen de har bygget opp. Samtidig er det viktig at vi opprettholder en diskusjon om de langsiktige utviklingstrekkene – vi kan ikke overlate dette til Google og Apple. Stilt overfor de forlagene som har økonomiske interesser i dagens bokbransje, kan et idédrevet forlag som Gasspedal si som Amerika-fareren Alexis de Tocqueville, da han speidet tilbake mot den gamle verden: «Mens de er opptatt av morgendagen, ønsker jeg å ta hele fremtiden i betraktning.»

Lindholm mener skrivende og lesende bør ha et aktivt forhold til digitaliseringen, selv om man ikke bejaer alle sidene ved den.

– Maskinalderen vil ikke forsvinne. Måten vi tenker og skriver, omgås og organiserer oss på, vil i overskuelig fremtid påvirkes av de nye kommunikasjonsteknologiene. Vi må alle bli eksperter på å fordele vår egen tid og oppmerksomhet, i takt med at livene våre former seg etter de apparatene vi har til rådighet. Vi kan jo allerede merke i ledige stunder at fingrene våre lengter etter å stryke over og tappe mot iPaden.

Et blikk tilbake til 1960- og 70-tallet viser at mange, både blant EDB-optimister og pessimistiske kulturkritikere, trodde at vi var på vei mot en bildedominert kultur der den skriftlige kompetansen ville erodere, sier Lindholm.

– På 70-tallet kjente man faktisk ikke konseptet «tekstbehandlingsprogram»! I rask rekkefølge opplevde man så en drøss gjennombrudd basert på nettopp tekst: BBS-er, hypertekst, e-post, world wide web. Pessimistene har likevel fått rett i mye, bare se på den massemediale manipulasjonen i Berlusconi Italia, eller hvordan vi har vendt oss til at *might is right* når det gjelder bokhandlernes bestselgerstabler. Men ingen av oss er fullstendig oppslukt av maskinveldet: Vi kan fortsatt hevde kvalitetsens betydning, og selv forsøke å utgjøre den forskjellen vi ønsker å se i litteraturen.

VISJONÆR POLITIKK

– *Hva slags litteratur tror du vi vil få se mer av fremover?*
– Jeg tror spillindustrien vil få stor innflytelse. De kombinerer allerede bilde, lyd, tekst, 3D-teknologi, skuespillere og alskens brukerutstyr. De har lang erfaring med fortellinger hvor spillere opplever at de har individuell frihet til å bestemme utfallet, gjerne i samhandling med andre, samtidig som de underlegger seg et definert miljø og en mer og mer raffinert dramaturgi.

Lindholm viser til Bob Stein, i tenketanken Institute for the Future of the Book, som er en fortaler for at tidligere spillforfattere vil stå bak fremtidens dominerende uttrykksformer.

– En visjonær kulturminister ville lagt til rette for en fusjon mellom Gyldendal og Anarchy Online, så man kunne fått det beste fra begge verdener. Det vil selvfølgelig ikke skje. Sannsynligvis vil det litterære systemet lukke seg og forsøke å kjempe for å sine oppnådde særrettigheter, selv om disse tilhører et annet medieparadigme. Forlagene har kanskje ikke noe annet valg i den daglige kampen for å overleve, men vi som står litt på utsiden og betrakter utviklingen, kan saktens savne noen drastiske fremtidsrettede forslag. Målet bør ikke være å opprettholde dagens bokbransje uforandret, men å sørge for at også

de nye formene for litteratur bevarer kontakten med de intellektuelle og kulturelle tradisjonene vi setter høyst.

– På hvilken måte tror du digitaliseringen av litteraturen vil endre måten vi leser på?

– Jeg tror litteraturstudenter i årene fremover vil finne frem igjen Marshall McLuhan og Friedrich Kittler, og flittig diskutere teoridannelsene rundt posthumanismebegrepet, kunstig intelligens og singulariteten. Digitaliseringen minner oss om de teknologiske forutsetningene for all litteratur. Fra tavlen og griffelen via Gutenberg-galaksen til idag har litteraturen endret seg med redskapene vi har hatt til rådighet.

DIGITALT FRISLIPP

Tross mulighetene som teknologiens møte med litteraturen innebærer, erkjenner Lindholm at utfordringene er store.

–Vi trenger fortsatt en aktiv kulturpolitikk. André Schiffrin brukte uttrykket «markedssensur» i sin polemiske forlagshistorie *The Business of Books: How International conglomerates Took Over Publishing and Changed the Way We Read*. Denne sensurinnstansen er ikke mindre nådeløs på nett enn på papir, så lenge vi ennå ikke har maktet å innrette samfunnet på en slik måte at alle mennesker får realisert sitt potensial som skapende, vitebegjærlige og kunststøpsøkende individer.

Lindholm tror at et lite språkområde som det norske neppe vil overleve et fullstendig digitalt frislipp. Han mener at det må legges til rette for en litterært produserende infrastruktur.

– En større andel av støtten enn i dag bør gå direkte til produsenter heller enn formidlingskanaler. Særlig mediekonsernene har diskreditert seg som støttemottagere. Pressen mottok i fjor 1,7 milliarder i direkte og indirekte støtte. Og hva er takken vi får? *Kjendis.no*. Nei, bruk heller pengene våre på *Henninghagerup.com*, lokalmedier

og de få journalistene i landet som lager noe vi vokser som mennesker av å lese.

Lindholm tror neppe boken vil dø ut.

– Velproduserte bøker og tidsskrifter har taktile og grafiske kvaliteter som ikke kan oppnås med maskiner. Ikke minst samler de tanken, noe som er gull verdt i distraksjonenes tidsalder. Personlig prøver jeg å ha det som et eksistensielt prosjekt å være blant dem som fortsatt leser mange bøker. Færre og færre fyller bevisstheten med det beste som er skrevet og tenkt. Susan Sontags patos på vegne av den litterære høykulturen fremstår for mange som antikvert; selv synes jeg den er motiverende, fordi kampen om tiden tilpasses hver dag.

I dag leser vi færre bøker enn for ti år siden, og forfatterne skriver færre bøker enn før, sier Lindholm.

– Det er ikke fordi forfatterne i dag skriver bedre bøker, men fordi de bruker færre timer per dag per konsentrert lesing og konsentrert skriving. Vi må ikke lure oss selv. I stedet tror jeg vi må rette ryggen og ta kontroll over våre egne medievaner, la dem formes etter hvilke uttrykk vi ønsker å la oss påvirke av. Vi bør gjøre oss selv til løsningen på problemet, i stedet for å begråte den nye mediesituasjonen.

DIKT FOR ØYE OG ØRE

AV AUDUN LINDHOLM OG KRISTIAN PEDERSEN

Zebra Poetry Film Festival viser at diktfilmen er kommet for å bli.

Popmusikken har lenge hatt sin musikkvideo; så hvorfor skulle ikke poesien få sin diktfilm? Noen vil kanskje protestere mot sammenligningen: Poprefrengets umiddelbare appell er noe annet enn diktets krav om konsentrasjon; diktlesning fordrer en annen lydhørhet enn popens øresnop; musikkvideoens eksistensgrunnlag er den store mengden lyttere som sitter klar til å projisere forelskelse og tenåringsangst inn i en blanding av nyeste mote og *in your face*-estetikk, mens poesien fører sammen tanke og langsomhet og kortslutter enhver økonomi den kommer i befatning med – som kjent senker dikt til og med verdien av papiret de trykkes på. Men stemmer nå dette, nødvendigvis? Zebra Poetry Film Festival i Berlin, som 14.–17. oktober gikk av stabelen for femte gang, har tatt tyren ved hornene, i form av den største globale mønstringen av *poetry films* til dags dato.

Arrangørene opplyste å ha vurdert mer enn 900 kortfilmer fra 71 land. De beste av disse ble så kuratert til tematiske og geografiske programmer, med stikkordsoverskrifter som *grenseerfaringer*, *midnattsspesial*, *nyheter fra smeltedigelen*, *italienske øyeblikk* med mer – i tillegg til to konkurranseprogrammer med håndplukkede bidrag. Filmene hadde en fellesnevner i at de er basert på dikt eller litterære tekster, men kom ellers i alle former og fasonger, lengder og hastigheter. Spranget er langt fra forseggjort tegnefilm produsert for tv, til flash-animasjon laget ved skrivebordet av poeten selv. Men som tilskuer kunne man stille de samme spørsmålene til dem alle: Er poesifilmen noe annet enn illustrert tekst? Oppnår man

noe mer enn å entydiggjøre diktet i retning fortelling og *Gesamtkunstwerkets* følelsesmanipulasjon?

I mange tilfeller var svaret et ubetinget ja. Ta Eiríkur Örn Norðdahl's «Höpöhöpö Böks», en hektisk lipogrammatisk *homage* til den kanadiske poeten Christian Bök. Teksten er gjennomgående skrevet med ord der «ö» er eneste vokal, og de visuelle grepene – med ord og bokstaver som fyker rundt i Scrabble-aktige mønstre – gjør lipogrammet synlig som litterær metode, samtidig som det blir lettere å følge meningen i det tilsynelatende nonsensiske diktet. Selv for ikke-islandinger var filmen et energisk høydepunkt, og ingen mistenkte vel jurymedlem Sjón for å stå bak da Örn Norðdahl mottok en improvisert Special Mentions-pris under avslutningsseremonien. Forfatter-regissør-animatøren, som tre dager tidligere hadde lansert sin første roman i tysk oversettelse, var synlig overveldet – ikke bare av prisen, men kanskje vel så mye av å se filmen (opprinnelige snekret sammen som en lo-fi-animasjon med tanke på YouTube-publisering) på det enorme lerretet i hovedsalen til tradisjonsrike Kino Babylon.

Lydpoesiens historie var også tydelig til stede i vinnerfilmen, den tyskspråklige «Der Conny ihr Pony», der en ung jentes frustrasjon over ikke å få ta med seg ponnyen sin på bussen fører henne ut i en agitert tankerekke av lydlike ord, sentrert rundt sveitsiske bussbrukere med eldrerabatt, som til slutt ender i en veritabel apokalypseforbeholdt-pensjonister. Både Gabriel Veters dikt og Robert Pohles og Martin Hentzes film foretar stadige kuvendinger, og selv publikummere som hadde sett filmen både tre og fire ganger i løpet av helgen, gapskrattet under seiersvisningen, etter hvert som lille Connys vrede over voksenverdenen fikk stadig villere uttrykk.

Språkets lydlike og fysiske valører ble også gjenstand for en eminent studie i Alice Lyons og Orla Mc Hardys «The Polish Language». Animasjonsuttrykket minnet tidvis om det beste i østeuropeiske barne-tv-produksjoner

fra 80-tallet, der tekstiler, papirutklipp og tredimensjonale studier av trykksaker undersøkte den fascinerende teksturen man uvilkårlig blir oppmerksom på når man nærmer seg et fremmed språk. Ikke minst demonstrerte filmen at multimediale litterære uttrykk kan uttrykke kjærlighet til boka og den trykte teksten.

Men programseriene inneholdt ikke bare animasjoner og språkfokusert poesi: I «Letzter Tag der Republik» ble en sober fremføring av Gerhard Falkners dikt om den omstridte rivningen av DDR-bygningen Palast der Republik ledsaget av stillestående tagninger av insektaktige rivningsmaskiner, der de gnager seg gjennom vegger og reisverk til bygningsmassen velter omkull, mot en morgenhimmel der sola langsomt står opp over Berlin:

*Meine Anwesenheit in der Abwesenheit wird
nachklingen.
Ein Koloss aus Beton, Geschichte und Zeit, der
geht nicht, –
ohne dass etwas bleibt, was noch verschwindet,
wenn alles längst vorbei ist.*

*Karthago ist auch nicht an einem Tage zerstört
worden.*

En dempet lavbudsjettsdokumentarisme festet det elegiske, symbolladete diktet til sin historiske situasjon, og kunne ikke funnet et bedre visningssted enn kinoen på Rosa-Luxemburg-Platz, vis-à-vis den tidligere østberlinske storstuen Volksbühne – i dag hjem for subversiv teaterkunst og konferanser som den nylig avholdte *Idee des Kommunismus*.

En mindre overbevisende del av programmet ønsket å demonstrere at poesifilmene har eksistert siden stumfilmens dager. Som kjent har stumfilmer flest tekstplakater imellom filmscenene, og det er verdt å spørre seg om det blotte faktum at disse er skrevet på

verse-føtter, i seg selv viser at filmene tilhører en distinkt tradisjon for billedlagte dikt. Men om ikke annet: Å appropriere Buñuels og Dalis kanoniserte «Un Chien Andalou» (1929) til en undersjanger de færreste har et forhold til, er et grep som får oss til å se nye sider av denne ellers så forterpede filmhistoriske perlen. Først og fremst hadde nok de kanoniserte innslagene som funksjon å legitimere poesifilmen som en sofistisert kunstform i sin egen rett.

På tale om «sofistikasjon»: Finnes det ennå noen som ikke tilkjenner musikkvideoen muligheten til å nå kunsthens nivå? Særlig i de populærmusikalske subsjangrene som ikke er underlagt kommersialismens lover, finner man en rekke av 00-tallets filmatiske høydepunkter. To uker etter Zebra-festivalen arrangerte Bergen International Film Festival – bedre kjent som BIFF – en kåring av beste skandinaviske musikkvideo på Landmark, der femten filmer fra tre nordiske land ble vist. Særlig danske Mews filmer var sterke: «Repeaterbeater»s hypnoseseanse er en dyktig klippet kortfilm og en subtil kommentar til popens henførende estetikk og katharsiske funksjon. Lenge har ambisjonen om å gjenfortrylle verden blitt henvist til populærkulturen – når denne lengselen nå igjen har inntatt samtidskunsten (som hos en Sverre Malling og hans generasjonsfeller), kan popens skamløshet og kunstens fingerspissfølelse legeres i kraftfulle uttrykk. Talende nok var en voksen naturmystikk gjenganger i flere av filmene: mektige trestammer, svarte greiner og gåtefull skogbunn fantes i både Mews «Introducing Palace Players», Trentemøllers «Sycamore Feeling» og Fever Rays «If I Had a Heart». En fortjent vinner ble utropt i Torgnys «The Only Game» – Emil Triers musikkvideo er overhodet en av de mest oppløftende norske kortfilmene på aldri så lenge.

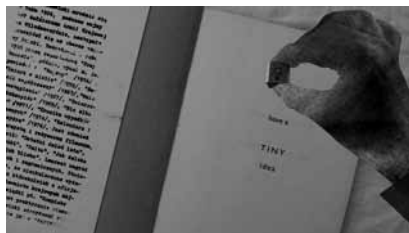
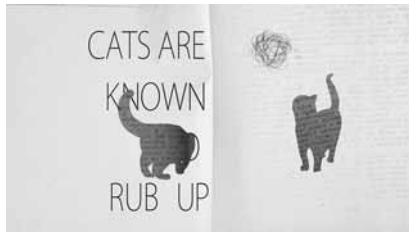
Tilbake i Tyskland, mente både de utrettelige arrangørene i Litteraturwerkstatt Berlin og trofaste publikummere at nivået på filmene var jevnt høyere enn under tidligere festivaler, og som førstegangs besøkende

satt man igjen med et inntrykk av at poesifilmen nå har fått fotfeste, samtidig som de mange varierte uttrykkene tilsier at vi har å gjøre med en form som langt ifra har stivnet i konvensjoner og felles kjøreregler. Neste Zebra-festival finner sted om to år, og anbefales for alle diktlesere i bevegelse.

Stillbilder fra Alice Lyons/Orla Mc Hardy: *The Polish Language* (Irland, 2009)

GASSPEDAL REANIMERT VI

Bakgrunnsstoff #1





Stillbilder fra Reynold Reynolds/Gerhard Falkner: *Letzer Tag der Republik*
(Tyskland 2009)

© Gasspedal, forfatterne og Kristian P.,
der ikke annet er oppgitt

Inngår i serien Gasspedal Reanimert I–VII
Utgitt til utstillingen Gasspedal Animert
på Grafill 16.11.–02.12.2012

Form	Eller med a
Papir	80 g/m ² Munken Pure fra Arctic Paper
Digitaltrykk	Prinfo Unique

Utgitt med støtte fra Grafill

gasspedalanimert.no
gasspedal.org

CASSPEDAL

Grafill
NORSK ORGANISASJON
FOR VISUELL KOMMUNIKASJON

ISBN 978-82-92523-49-0