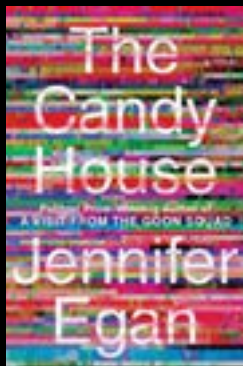
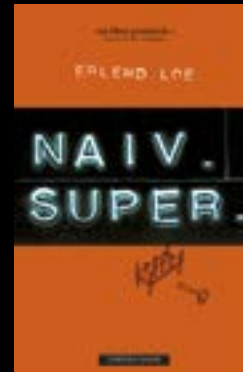
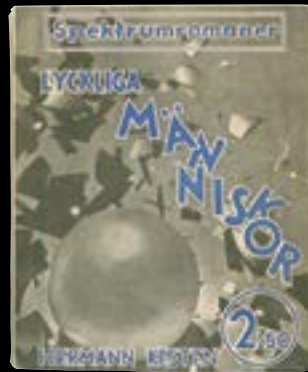


BOK

& samfunn

FAGBLADET FOR BOKBRANSJEN



Bokomslagets kraft

- OMSLAG OG BOKDESIGN • DØRÅPNER, SALGSPLAKAT ELLER KNYTTNEVE? • SLAGET OM BOKOMSLAGET • HVA ER VAKKERT?
- BOKEN OG «DEN NY TYPOGRAFIEN» • PÅKLEDE BØKER OG AVKLEDE KVINNER • BOKDESIGNERNES FAVORITTER
- MED 2000 OMSLAG PÅ CV'EN • KUNSTNER ELLER HÅNDVERKER?





* Hanna Bervoets' roman *Det vi så* er fortellingen om hva som former verdensbildet vårt. Det er fortellingen om en ny virkelighet.

B BONNIER
FÖRLAG

BOK
samfunn
FAGBLADET FOR BOKBRANJEN

144. årgang

REDAKSJON
Vebjørn Rogne
(ansvarlig redaktør)
vebjorn@bok365.no

Maren Simonsen
maren@bok365.no

Anders Neraal
anders@bok365.no

Leif Gjerstad
leif@bok365.no

MARKED / ANNONSER:
marked@bok365.no

FORMGIVNING:
Anne Andresen
design@anneandresen.no

TRYKK: BK grafisk
UTGIVER: Bok & samfunn AS

Annonsepriser	
Helside	17 500
Halvside	9 900
Kvartside	6 750
2. og 4. omslag	18 250
Oppslag	27 500

ABONNEMENT	
Hovedabonnement	kr. 995
Tilleggsabonnement	kr. 795
Utlandet	kr. 1250

Abonnementsbestilling
Bok & samfunn, postboks 163,
1319 Bekkestua
Kundeservice: tlf. +47 67 21 12 38

Bok & samfunn er et redaktørstyrt medium, som forholder seg til Vær Varsom-plakaten og Redaktørplakaten.

Denne utgivelsen er støttet av Fritt Ord



FRITT ORD

Bok og samfunn er medlem av Norsk Tidsskriftforening

Innhold

- 5 For alle gode formål
- 6 Tema: Bokdesign – Hva er vakkert?
- 10 Her er de vakreste bøkene
- 16 Slaget om bokomslaget
- 24 Bokdesignernes favoritter
- 28 Påkledd bøger og avkledd kvinner
- 32 Med 2000 omslag på CVen
- 36 Kunstner eller håndverker?
- 38 Boken og «den nye typografien»
- 46 Bestselgerlister
- 50 Quiz



NY ROMAN FRA BESTSELGERFORFATTER

SARAH JIO



SARAH JIO

En varm og sjarmerende bok med handling fra den britiske hovedstaden!



OVER
EN HALV MILLION
SOLGTE BØKER I
NORGE!



Oversetter: Mari Johanne Müller

CAPPELEN DAMM

For alle gode formål

Bokomslag kan bli møtt med et skuldertrekk eller likegyldighet. Eller de kan fenge deg, fange deg og få deg i fyr og flamme.

En døråpner, en innpisker, en salgspakat, et statement, en politisk ytring, en knyttneve, et vakkert kunstverk i seg selv. Et bokomslag kan være så mangt.

Noen omslag blir fort glemt og forsvinner i mengden – rettmessig eller ei – enten fordi utførelsen er mer av tretten på dusinet-kaliber, eller at innholdet er av det forglemmelige slaget. Andre ganger er det omvendt: at en formidabelt god roman gjør at omslaget også blir husket i lang tid.

En sjelden gang treffer både forfatter og designer planken samtidig, og ikoniske bokomslag blir skapt. Her hjemme hører Kjartan Fløgstads *Fyr og flamme* (1980) til denne kategorien. Romanen følger norsk industriarbeiderklasse på 1900-tallet gjennom tre generasjoner, og den innbrakte Fløgstad Kritikerprisen. Dagbladet-anmelder og litteraturhistoriker Øystein Rottem utropte *Fyr og flamme* til et av etterkrigstidens hovedverker.



Og så hadde det seg slik at også bokdesigneren fikk planketreff. Ola Enstad laget omslaget basert på en adaptasjon av det ikoniske motivet fra Nitedals fyrstikk-esker. Helt siden 1925 hadde Nitedals Tændstikfabrik solgt sine hjelpstikker. I starten gikk 1 øre til blindesaken, et beløp som deretter ble økt til 2 og 5 øre – og til å omfatte også andre veldedige formål. Over 50 millioner har blitt utdelt opp gjennom årene.

Motivet på esken vi nå har kjent i en mannsalder, ble tegnet i 1941 av reklame-tegner Sverre Eikrem. Og det ikoniske furutreet havnet førti år senere på et ikonisk bokomslag på en ikonisk norsk roman. Så får det heller stå sin prøve at fyrstikkene i dag produseres

av svenske Swedish Match.

Men fremdeles tjener de – i likhet med bokomslagene – mange gode formål.

Vebjørn Rogne

Hva er vakkert?

– Noen ganger er stygt helt riktig for en bok, sier bokdesigner Anette L'orange. I en jury av designere kårer hun Årets vakreste bøker.

Hvert år samler et knippe designere seg for å kåre vinnerne av «Årets vakreste bøker». Prisutdelingen, som arrangeres i regi av interesseorganisasjonen Grafill, er landets gjevste innen bokdesign, for ikke å si eneste. Jurymedlem og bokdesigner Anette L'orange er ikke i tvil om at den også er viktig.

– «Årets vakreste bøker» viser en hel bransje at designernes rolle er så mye mer enn å plassere et kirsebær på toppen. Prisene viser at man som designer kan heve en bok, omfavne og løfte frem innholdet, og gi leseren en langt bedre leseopplevelse enn hvis boken hadde blitt forvaltet uten omtanke og faglig forståelse, sier hun.

Momentan tiltrekning

Konkurransen opererer med flere kategorier, der man kan vinne gull, sølv eller bronse innenfor hver kategori. Av alle bidragene blir én bok kåret til årets vakreste bok.

– Hvordan går dere frem for å kåre vinnerne?

– Jurymedlemmene jobber litt forskjellig her. Riktignok følger vi en sjekklister med kriterier som skal oppfylles, men utover dette tror jeg prosessen er mer systematisk for enkelte mens andre er mer styrt av magefølelsen – den momentane tiltrekningen.

Selv er Anette L'orange blant de som umiddelbart vet hva hun liker og

handler deretter. Hun faller momentant, og argumenterer gjerne for det designet som taler direkte til henne. Men hvis det er så subjektivt, hvordan blir de da enige?

– Det hender at det blir diskusjoner, men det blir fort vanskelig å overbevise de som ikke deler din estetikk om hvorfor noe er pent å se på. En dyptgående vakker bok, derimot, er gjerne så godt forankret i innholdet, med faglig forståelse av både typografi og komposisjon, og så håndverksmessig velgjort, at det snarere blir lett å argumentere. Noen ganger må man se boka i nytt lys, og da kan man faktisk ende med å premiere en bok på tross av at den i utgangspunktet ikke fant klangbunn i egen estetikk.

Hun forteller at juryen er opptatt av helheten. Det hjelper ikke at designet er vakkert hvis det ikke står til bokens innhold.

– Stygt og pent blir irrelevant. Noen ganger er stygt helt riktig for en bok. Så lenge det evner å kommunisere og går i dialog med innholdet.

Bokas ansikt

Som elev ved Steinerskolen i Oslo vokste Anette L'orange opp med et nærmest andektig forhold til tekst og illustrasjon. Etter en utdanning på Kunst- og håndverksskolen spesialiserte hun seg innen magasin- og bokdesign, og er nå en av to som driver foto- og designstudioet Blunderbuss.

MED BLIKK FOR DESIGN: Anette L'orange

– Omslaget kan ses som bokas ansikt, svarer Anette når vi spør hvilken rolle omslaget har. – Om det ikke er kjærlighet ved første blikk, så bør omslaget i hvert fall oppnå blikkontakt og tiltrekke seg oppmerksomhet nok til at en potensiell leser blir tilstrekkelig nysgjerrig til å ville se nærmere på boka.

Det er neppe tilfeldig at Anette benytter kjærlighetsmetaforer når hun snakker om bokomslag. Hennes varme følelser for omslag og bokdesign blusser opp når hun får spørsmål om å trekke frem noen personlige favoritter.

– Penguins' bokserie *Great Ideas* er helt fantastisk, og forbilledlig i hvordan de med enkle virkemidler, begrenset palett og sylskarpe ideer skaper et unisont formspråk og et urokkelig seriekonsept. Av mer lokale lekkerbiskener må jeg trekke frem omslaget til Gösta Flemming og Terje Abusdals bok *Hope Blinds Reason* som vant Årets vakreste bok i 2020. Omslaget var vibrerende vakker-ekkel. Et transparent smussomslag i oransje vinyl over glanset foto i dypblått ga designet en nesten tredimensjonal effekt. Genistreken lå i hvordan omslagsfotoet dermed endret seg i det man fjernet smussomslaget: fra ild til vann, i direkte relasjon til innholdet, og det helt uten ord! Det satt som ei kule hos meg.

En bekreftet «underdog»

Før Anette ble medlem av juryen som kårer årets vakreste bøker, opplevde hun selv å vinne hedersprisen Årets vakreste bok da boken hun hadde designet, fotodokumentarboken *Det norske biblioteket* av Jo Straube, vant i 2017.



ANETTE L'ORANGE: – Stygt og pent blir irrelevant.

– Det var selvsagt en helt fantastisk anerkjennelse å få prisen, og ikke minst en deilig bekreftelse på at det jeg finner aller størst arbeids glede i å gjøre – å formgi kunstbøker – faktisk er noe jeg er ganske god til også. Jeg følte meg som en skikkelig *underdog* der jeg satt, i selskap med noen av landets suverent beste bokdesignere. Uventet var det i aller høyeste grad.

Alle kan melde på bøker til konkurransen, det koster 600 kroner for

hver påmeldte bok. Anette ønsker at flere «underdog'er», vil sende inn sine bidrag.

– Vi savner å se flere bøker sendt inn av designerne selv, og især de yngre, nyutdannede, som kanskje ikke tar seg råd eller tror at de ikke når opp mot de mer etablerte. Jeg er overbevist om at det finnes en gjeng flotte bøker som går under juryens radar hvert år.

– MAREN SIMONSEN

– «Årets vakreste bøker» viser en hel bransje at designernes rolle er så mye mer enn å plassere et kirsebær på toppen.



Her er de vakreste bøkene

... eller i hvert fall et utvalg av dem – skal vi tro
Grafills årlige kåringer.



PÅ EGET FORLAG: Svein Størksen sto for både design og utgivelse av *Papirflygere*, som fikk gull i kategorien «Skjønnlitteratur illustrert bok» i 2017 – utgitt på Størksens forlag Magikon.



MELLOMROM: Arbeidet med Audun Magnus Moss' *Mellomrom* (Flamme forlag) sikret Aslak Gurholt og Yoko-land sølv i 2021.



HYLLEST TIL HALVMØRKET: Alle kan sende inn bidrag til Årets vakreste bøker. De eneste kriteriene er at formgiverne må være norske eller utenlandske utøvere med aktivt virke i Norge, eller norske utøvere bosatt utenfor Norge. Den japanske forfatteren Jun'ichirō Tanizakis essay om tradisjonell japansk estetikk er fra 1933, men i 2021 vant den norske utgaven gull i kategorien «Skjønnlitteratur – voksen». Boka er designet av Rune Døli i Modest og utgitt på Press.



DET NORSKE BIBLIOTEKET: Boka *Det norske biblioteket* vant både årets fotokunstabok og hedersprisen Årets vakreste bok i 2018. Boka er en hyllest til det norske folkebiblioteket. Den er laget av fotograf Jo Straube, designer Anette L'orange og forfatter Frode Grytten. Boka er utgitt av Annine Birkeland i Bergen Kjøtt Publishing.



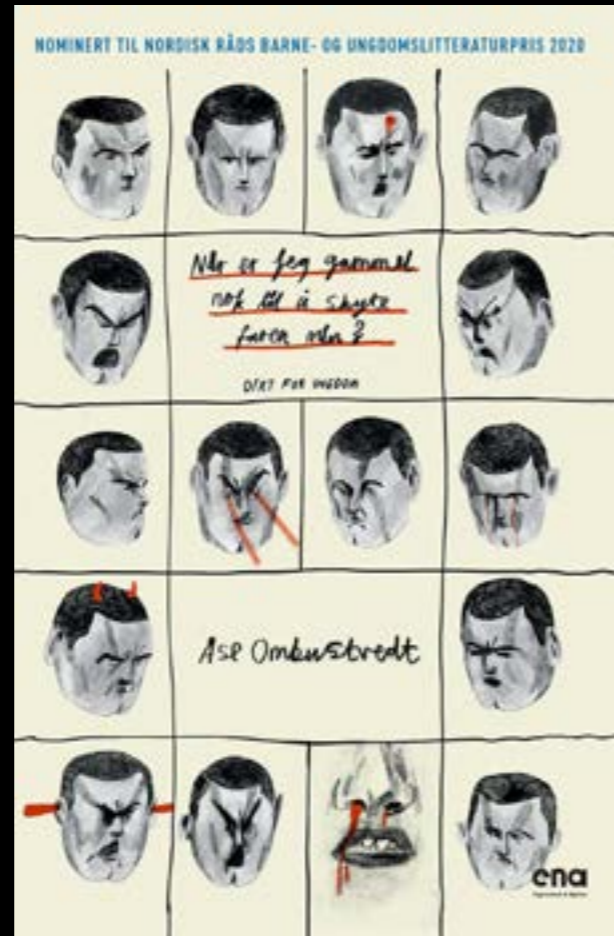
DEN ALLER VAKRESTE: Hedersprisen Årets vakreste bok» kåres på tvers av alle innsendte bøker i alle kategorier. Her er *Beaivváš mánát / Leve blant reptiler* (Mondo Books), som ble kåret til årets vakreste bok i 2021. Boka er skrevet av den samiske forfatteren og billedkunstneren Marry Áilonieida Somby, og designet av Petri Henriksson og Sandra Stokka i Blank Blank Studios. Boka er en dobbel diktsamling hvorav én er på norsk og én på nordsamisk. I sin begrunnelse sa juryen blant annet at «den tospråklige diktsamlingen er et rørende vakkert konseptuelt bokprosjekt om en mindre vakker historie om fornorskingsprosessen, rasismen, og maktmisbruket som den samiske befolkningen ble utsatt for i sin tid.



SELVGJORT ER VELGJORT: Det ble gull i kategorien «Skjønnlitteratur bildebok» i 2018 til Mari Kanstad Johnsens ABC – designet inhouse på forlaget Gyldendal, under Majlin Keilhaus ledelse.

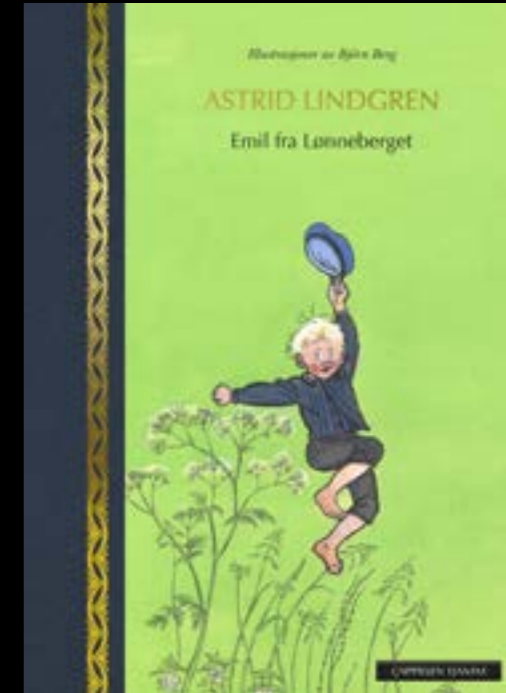
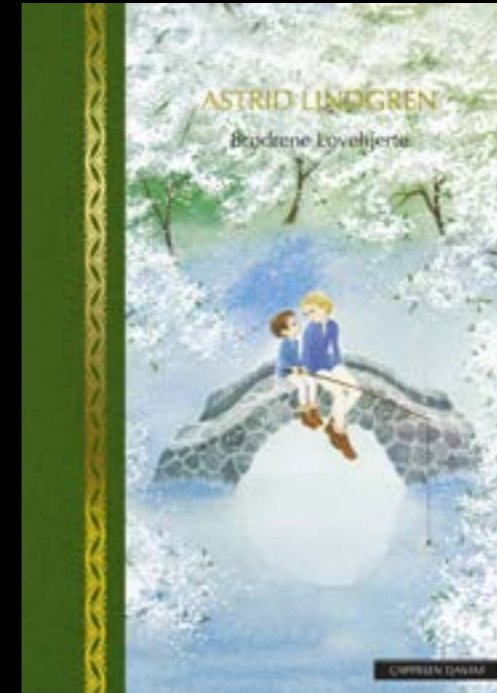


GULL TIL GROTTEN: Arbeidet med Jon Fosses Edda (Skald), sikret Rune Døli i Modest og Stefan Ellmer gull i kategorien «Skjønnlitteratur voksen» i 2018.



GULLVINNER: Marianne Engedal/Skinkeapes design sørget for at Åse Ombustvedts Når er jeg gammel nok til å skyte faren min (Ena / V&B) gikk til topps i kategorien Skjønnlitteratur illustrert bok.

KLASSIKERE I HOLDBAR DRAKT: Brødrene Løvehjerte, Emil fra Lønneberget, Marikken og Sunnaneng. Nyutgivelsene av Astrid Lindgrens bøker ble tildelt gull i kategorien Skjønnlitteratur for barn og ungdom i 2014. Fint håndverk i påkostede bøker som vil kunne leve og brukes lenge», begrunnet juryen. Designeren er Elisabeth Vold Bjone, illustrasjonene er tegnet av Bjørn Berg og Ilon Wikland, Cappelen Damm er norsk utgiver.





MODERNE IKONISKE SERIER: I 2018 stakk Skald forlags klassikerserie og Aschehougs Sidespor-serie av med gull og sølv i kategorien Serier. Klassikerserien til Skald er designet av Øystein Vidnes, Andreas Töpfer og Stefan Ellmer. Aschehougs serie Sidespor er designet av Johanne Hjorthol.



SOMMERENS STORE SNAKKIS!

(Sjekk disse tilbakemeldingene fra de som har lest forhåndseks via @barneboker!)

«Kjempegøy, lett bok som får en til å lengte etter sommer. Temaene **UNGDOMSTID OG FORELSKELSE** er jo gjort hundre ganger før, men det betyr ikke at det ikke går an å gjøre det bra! Anbefales for ungdomstrinnet eller alle som vil ha noe lett og gøy å lese»
GURO (18)

«Jeg leste den ut på **ÉN DAG!**»
ALVILDE (14)

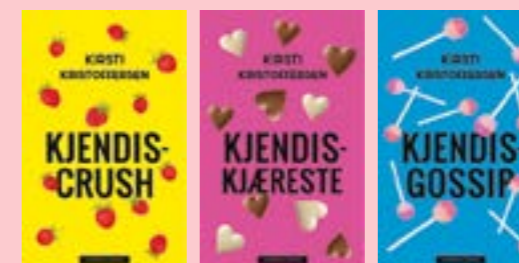


«En bok for de unge, men som jeg synes var innmari søt. Karoline med K forelsker seg på **«TVANGSCAMPING» HOS BESTEMOR**. Hun er ei helt vanlig jente og Mathias er en vanlig gutt. Eller? Tross tvungen blir det en gøyal sommer på campingplassen, nye venner, forelskelse og det første kysset... **MEN HVA ER DET EGENTLIG MATHIAS IKKE FORTELLER?** Dette er første bok i Kjendiskjæreste-trilogien. Jeg kommer definitivt til å lese de neste også»
JANNICKE (FORELDER)

Denne boken er et must for alle tenåringer som synes det er kjipt at de voksne alltid bestemmer over feriene, som helst vil tilbringe ferien med vennene sine, knipse instaøyeblikk til den private profilen sin, forelske seg, **FÅ SITT FØRSTE KYSS** og absolutt ikke tilbringe sommerferien på campingplassen med bestemor.

JEANITA MARI (FORELDER)

«**SNAKK OM FEELGOOD FOR UNG UNGDOM!** Jeg gleder meg til resten av Kjendiskjæreste-trilogien
NINA (FORELDER TIL JENTE 11)



ÇAPPELEN DAMM

Slaget om bokomslaget

Det er lenge siden bøkene snudde ryggen til. Nå ligger de i stedet på bordet og frister. Men hva betyr bokomslag og design for bokas skjebne – og hvorfor blir de slik de blir?

– I dagens bokhandler blir kundene møtt av store bord med stabler av bøker. Der konkurrerer mange titler med hverandre om oppmerksomhet, og da kan omslaget bli viktig for salg. Det er jo bokas ansikt, og signalene som sendes ut kan være avgjørende for hvorvidt en kunde plukker opp akkurat den boka eller en helt annen, sier Janneken Øverland, med lang fartstid blant annet som forfatter, Vinduet-redaktør og redaksjonssjef i Gyldendal.

På mange måter kan vi gi paperback-boka æren for at forlagene på 1960-tallet begynte å vektlegge omslagene mer. For det var nettopp den lille billigboka som ble publisert i store opplag, som først havnet på bordet. Butikkhyllene var designet for og forbeholdt den «ordentlige» boka, med bare ryggen synlig mot publikum. Og å blande de to bokformatene i de samme hyllene ville gi et svært uryddig og rotete uttrykk.

Dermed ble det helst til at man enten plasserte billigbøkene i egne hyller med forsida ut, eller lot dem ligge i stabler på bordet. Men enten markedsplassen ble det ene eller det andre, var forsida uansett vendt mot kundens øyne. Det ble en kamp om oppmerksomhet.

– Da ble det viktig å bruke visuelle virkemidler som markerte hva boka var. Omslaget skulle helst fortelle noe om både innhold og forfatter. Det

skulle bidra til en identifisering, sier grafisk designer Bjørn Helge Roggenbihl. I dag pensjonist, men med fortid som designer både i Pax, Gyldendal og Den Norske Bokklubben.

Viktig signal

Roggenbihl forteller at omslaget ikke minst var viktig som signalmarkør for Pax' sakprosabøker, med spesiell vekt på politiske og samfunnsmessige spørsmål.

– Storhetstida for den politiske boka var på 1960-tallet. Tor Bjerkmann i Pax var veldig opptatt av bokas utseende. Omslagene fungerte gjerne som fine plakater, som varslet om innholdet, forteller Pax-forlegger Bjørn Smith-Simonsen.

I forlaget jobbet han i mange år sammen med Bjørn Helge Roggenbihl, og begge framholder at det på 1960- og 70-tallet var en klar mening om at omslaget skulle fungere som et politisk signal.

– I dag virker det som om det ikke er så nøye med et samsvar mellom form og innhold. Nå lever forsida mer sitt eget liv, og uttrykket styres utfra litt andre premisser.

– Det vi gjorde med design og omslag skulle ha en klar relevans til innholdet i boka. Den som så boka skulle aldri være i tvil om hva slags holdning forfatteren og boka sto for. På 1980-tallet ble dette uttrykket dempet, og i dag er vel det helst et prinsipp man har gått vekk fra, sier Roggenbihl.



Shutterstock

LOTTE GRØNNEBERG: – Godt design forutsetter at formgiveren kjenner bokas innhold, men det er det dessverre ikke alltid det blir tid til.



GEIR NUMMEDAL: – Det er alltid dialog mellom redaktør, forfatter og designer.

Lite Sovjet i Norge

Begrepet «politisk kunst» framkaller gjerne assosiasjoner til gamle Sovjet-plakater, med innbitte arbeiderkvinner og menn foran store fabrikker i bakgrunnen. Kanskje har også arbeideren armen hevet og neven knyttet i revolusjonær besluttsomhet. Du skal lete godt og lenge for å finne norske bokomslag i den retning.

– I eldre norsk, politisk litteratur kunne fabrikkbygninger på omslaget fungere som et symbol, og kanskje kunne du også finne noen stjerner og sigder, men de var ikke mange, hevder Janneken Øverland, politisk aktiv i kvinnebevegelsen.

Forfatter Einar Økland har skrevet bok om norske bokomslag og mener at Pax-bøkene på mange måter revolusjonerte norsk bokdesign. Men i en mer estetisk enn revolusjonær retning.

– Deres omslag skulle fortelle noe om innholdet, men heller ikke på Pax-bøker var det noe særlig «sovjet». Derimot orienterte de unge Pax-designerne seg tydelig mot kontinentale strømninger, og de tok med seg nye stilideal inn i den norske bokfloraen, sier Økland.

Egne sjangerkonvensjoner

Bjørn Helge Roggenbihl mener at omslagets signaleffekt ble mindre viktig da «den politiske bølgen» dabbet av utover 1980-tallet.

– I dag virker det som om det ikke er så nøye med et samsvar mellom form og innhold. Nå lever forsida mer sitt eget liv, og uttrykket styres ut ifra litt andre premisser.

Kanskje er det så enkelt som at sjangerforståelse har overtatt for meningsinnhold som identifiseringsmarkør? Flere av Bok og samfunns kilder peker på at sjangere som krim, reise og feelgood har fått lett gjenkjennelige visuelle uttrykk. Krim som noe mørkt og dystert, reise som en fargerik turistannonse og feelgood med en kvinne som med ryggen til leseren, går eller ser mot horisonten. «Lettere» litteratur synes dessuten å elske lyse farger, ikke minst rosa, på omslaget.

– Det skapes egne sjangerkonvensjoner, der det er viktig at man skal vite hva det handler om. For noen blir forsiden som en plakat med knagger man kan henge boka på, kommenterer Lotte Grønneberg, førsteamanuensis i grafisk design ved Kunsthøgskolen i Oslo.

– Men for forfatteren og designeren byr sjangertenkinga også på muligheter til å bryte med de samme konvensjonene, ved å la omslaget fortelle hva man ikke er, tilføyer hun.

Formgiveren bør kjenne innholdet

Grønneberg mener at det helst bør være en sammenheng mellom omslaget og innmaten, og at et godt design forutsetter at formgiveren kjenner bokas innhold.

– Men det er det dessverre ikke alltid tid til, sier hun.

Bokdesigner Aslak Gurholt motsier ikke Grønneberg, men sier at det ikke er noen automatikk i at det å kjenne innholdet fører til et godt om-

slag, men at det like gjerne kan føre til misforståelser og begrensninger som ikke nødvendigvis er bra.

– Jeg leser sjeldent de bøkene jeg designer. Unntaket er sakprosa som skal billedlegges, hvor jeg må forstå innholdet for å designe boka. Jeg foretrekker å få et kort resymé, det holder. Da har jeg noen holdepunkter som jeg kan jobbe ut i fra. Derifra er det uansett en dialog med forfatteren og redaktøren. De gangene jeg skal lese større deler for å komme med en tolkning av teksten, føler jeg at sannsynligheten for at jeg henger meg opp i uvesentligheter i teksten er relativt stor, sier Gurholt.

Den prisbelønte bokdesigneren grunnla for rundt 20 år siden designstudioet Yokoland og mottok i 2015 Bokkunstprisen for arbeidet sitt.

BJØRN SMITH-SIMONSEN:
– Storhetstida for den politiske boka var på 1960-tallet. Tor Bjerkmann i Pax var veldig opptatt av bokas utseende.



Gurholt omtaler omslagets viktigste funksjon som «å fungere som navigering i et stort landskap, og til å skape nysgjerrighet». Han tenker at omslaget har kulturell verdi, og er viktig både for forfatter og forlag, men synes man skal være forsiktig med å snakke om omslag som salgsdrivende.

Ulike samarbeidsformer

Som viktig drivkraft i Yokoland har Aslak Gurholt også jobbet mye med platecovere, framfor alt for artister tilknyttet musikkollektivet og indie-plateselskapet Metronomicon Audio.

Grafisk designer Bjørn Kulseth kjenner musikkbransjen godt, blant annet som frontmann i de to bandene The Act og The Contenders. Selv om begge har markert seg positivt i det norske musikklandskapet, blekner salgstallene helt sammenliknet med de han kan vise til som bokdesigner. Foruten flere redesignede Agatha Christie-serier har Kulseth blant annet lagd omslaget til de elleve første Jo Nesbø-bøkene med Harry Hole.

– Jo kom svært ofte med en scene eller en idé som jeg kunne ta utgangspunkt i. Det var ofte til god hjelp for meg i mitt arbeid, forteller Kulseth om det mangeårige samarbeidet med Nesbø. To andre forfattere han har jobbet mye med er Levi Henriksen og Jørn Lier Horst, og sammen med Nesbø mener han de tre tegner et greit bilde av hvor ulike samarbeidsformene mellom forfattere og designere kan være.

– Mens Jo ofte kom med egne ideer, fikk jeg som regel fritt fram fra Levi for mine ideer. Og mens jeg underveis hadde mye kontakt både med Jo og Levi, hadde jeg omtrent ikke kontakt med Jørn i det hele tatt, forteller Kulseth og tilføyer:

– Når det gjelder Levi har vi i flere tiår kjent hverandre godt også privat, og at vi har så mye kontakt betyr

selvsagt noe også for samarbeidsformen.

Sjangerbeskrivelsen av krim-omslag som «mørke og dystre» kjenner han seg godt hjemme i.

– Jeg har også lagd platecovere, og min tilnæringsmåte både for bøker og plater er at omslaget skal kunne fungere som en plakat. Det skal skape assosiasjoner som kan samsvare med innholdet, og for krim blir jo det dystre og mørke da nokså naturlig, mener Kulseth som for et par år siden sadlet om og i dag jobber med dagligvaredesign.

Dialog

Om kontakten mellom Lier Horst og Kulseth var minimal, er normalen likevel at et bokomslag formes i samarbeid mellom forlag, forfatter og designer. Så får det heller være at balansen og tyngdepunktet varierer fra tilfelle til tilfelle.

– Det er alltid dialog mellom redaktør, forfatter og designer. Med ulikt ståsted er det ikke alltid alle tre er like enige, men det pleier ikke være noe større problem å finne noe alle kan stille seg bak, sier forlagssjef Geir Nummedal i Flamme forlag. Han påpeker samtidig at mens noen forfattere er veldig opptatt av det visuelle uttrykket, føler andre seg ferdig når manus er levert og klart.

Einar Økland tilhører åpenbart den første kategorien, den som bryr seg. Forfatteren, som blant annet har skrevet sakprosa boka *Norske bokomslag 1880 – 1980*, mener imidlertid at balansen i samarbeidet mellom forfatter, redaktør og designer har tippet mer i disfavør av forfatteren de siste par tiårene.

– Alt er blitt mer kommersialisert, og mer enn før satser forlagene på å behage bokhandlene. Da er det behagelig med minst mulig innblanding fra sære forfattere, sier Økland og tilføyer at han som forfatter selvsagt

«kan tåle mange forslag» når det gjelder designet på hans bøker.

– Men jeg krever alltid vetorett!

Inhouse vs outsourcing

Går vi noen tiår tilbake i tid, hadde de fleste forlag sine egne fast ansatte bokdesignere. Men etter hvert ble «inhouse» erstattet med «outsourcing», og i dag er det siste det klart dominerende.

Den gangen forlagene kvittet seg med sine faste designere, ble det begrunnet både med kreative og økonomiske hensyn. For samtidig som forlagene reduserte sine kostnader ved å kjøpe tjenester ved behov, ble det pekt på at man også kunne tjene på det rent kreativt. Man kunne jo risikere at «gamle» designere på fast lønn stagnerte faglig, samtidig som frilansere sikret at man alltid kunne plukke den man mente passet best til det spesifikke prosjektet.

Ikke alle tror den kreative analysen holder.

– Akkurat som en dyktig redaktør evner å følge med på utviklingen innen litteratur, har en dyktig designer evne til å fornye seg, kommenterer Lotte Grønneberg.

– Den større fleksibiliteten har nok først og fremst gitt større innflytelse til redaktører uten spesiell kompetanse på design, mener Aslak Gurholt.

ASLAK GURHOLT: – Den større fleksibiliteten har nok først og fremst gitt større innflytelse til redaktører uten spesiell kompetanse på design.

Manglende kompetanse

Ifølge Gurholt er dagens bokomslag omtrent som da han startet for 20 år siden, mens det ellers har skjedd mye i moderne design i den samme perioden.

– Det tror jeg skyldes at for mange bokprosesser styres litt tilfeldig. Dels har du redaktører uten særlig design-kompetanse som leder prosessen, og dels har du mange tilfeller der forfatteren kjenner en eller annen som «kan tegne litt» og blir satt på oppgaven. Det blir en manglende bevissthet om design som en inhouse-designer kunne avhjulpet. Forlagene trenger mer kompetanse på dette feltet, mener Gurholt.

Lotte Grønneberg støtter Gurholt på dette punktet.

– Norske forlag sitter på lite intern design-kompetanse, og det er blitt et felt der det gjerne kuttes. Det betyr at designerne ofte kommer seint inn i prosessen, samtidig som det å være ansatt gir helt andre premisser for å delta i den kreative prosessen, sier Grønneberg.

Hun minner samtidig om at bokomslag og bokdesign er to ulike ting, og at noen har så stort fokus på omslaget at de glemmer innmaten.

– Det vil være naivt å tro at kommersielle hensyn ikke betyr noe for utformingen av omslaget. Men på samme måte vil det være for snevert å tenke at innmaten bare betyr noe når boka allerede er solgt. Designet





BJØRN KULSETH: – Jeg har også lagd platecovere, og min tilnæringsmåte både for bøker og plater er at omslaget skal kunne fungere som en plakat.

i boka er også en del av vurderingsgrunnlaget for en person som blar i en bok og vurderer kjøp.

Visuell profil

Selv om Aslak Gurholt formelt er selvstendig, har han i praksis vært inhouse-designer for Flamme forlag. Lenge designet han alle forlagets bøker, og fortsatt er det hans navn du finner i kolofonen på de aller fleste av forlagets utgivelser.

– Flamme forlag ønsker å ha en tydelig visuell profil, og ved å ha Aslak som «fast» designer fungerer det som en slags branding. Vi bygger varemerket både til forlaget og forfatteren, forklarer forlegger Geir Nummedal som presiserer at Aslak Gurholt allerede var i Flammes tjeneste da Nummedal selv meldte overgang fra Cappelen Damm.

Terese Moe Leiner, nå designsjef i Kagge, har lang fartstid både i og utenfor forlag.

– Det fine med outsourcing er at man kan bruke mange forskjellige designere og få et mer fleksibelt uttrykk etter behov. Hvis man kun bruker faste designere på huset, står man i fare

for at omslagene blir for like, sier Moe Leiner. – På den annen side: Som intern designer har man fordelen av å være med på alt som skjer innenfor forlagets vegger, og være tettere på beslutningene.

(Se eget intervju med Terese Moe Leiner på side 32–34)

Digital samtid

Mens omslagene til krimbøker kan være dystre og mørke, og feelgood-bøker ofte kan by på bilder av «kvinner i solnedgang», er det ikke fullt så enkelt å peke på «tidstypiske» omslag. Det vil si, den gangen alt kunden så av boka i bokhandelen var ryggen, besto forsida på omslaget bare av tittel på bok og navn på forfatter, skrevet på ensfarget bakgrunn. Så den perioden er nokså lett å stadfeste. Men i dag er situasjonen selv sagt en helt annen.

På spørsmål hva som kjennetegner dagens omslag er svarene litt vagere, bortsett fra at alle vi spør trekker fram ulike aspekter ved det digitale. Dels ved at produksjonsprosessen er blitt annerledes, dels ved at økende salg av bøker på nett stiller nye visuelle krav til omslagene.

– Sammenliknet med da jeg begynte, er store databaser med bilder blitt mye lettere tilgjengelig. Men selv om databasene inneholder svært mange bilder, er en stor del av dem innen et veldig klisjéfylt bildespråk. Det forekommer stadig vekk at det



samme bildet har dukket opp på helt ulike bøker. Hvis jeg skal bruke foto, bruker jeg derfor helst egne bilder eller noe forfatterne måtte sitte på, sier Aslak Gurholt.

– Jeg synes at det er bedre at det er et «dårlig fotografi» som føles autentisk, enn å benytte slike generiske bildebankbilder.

Foruten foto mener Bjørn Kulseth at også grafisk framstilling av tegnefilmsscener har hatt et oppsving:

– Tidligere var tegnede filmsscener mest kjent fra såkalt kiosklitteratur, men nå brukes disse elementene i større grad også i andre litteratursjangere. Den største utviklingen det siste tiåret er likevel at så mange bøker selges på nett. Det belønner enkle ideer, som skal fungere også på nett og mobil.

En renere framtid?

Lotte Grønneberg er enig i at designeren må ta hensyn til «hva som kan funke også som små thumbnails». Men samtidig mener hun å se en tendens til at flere designere og

mindre forlag beveger seg litt vekk fra normen som preger de store forlagenes blockbusters.

– Det skjer mye spennende innen litterære kunstsjangere, og de siste 10–15 årene har interessen for boka som objekt steget. Innenfor designfag er det mange i dag som jobber dedikert med bokdesign.

Geir Nummedal i Flamme forlag mener det også kan virke som at flere designere har forlatt den digitale sandkassen.

– Da den digitale teknologien var ny var det fristende for mange å kaste seg over alle de nye mulighetene den kunne by på. Nå har teknologien vært der så lenge at flere vender tilbake til det mer rene. Bokdesign i dag er blitt litt sobrere enn den var for 10 år siden, uttaler Nummedal.

Tidligere leder i Forleggerforeningen og Pax-sjef Bjørn Smith-Simonsen er inne på noe av det samme, men knytter det også opp til bokas litt nye rolle i medielandskapet.

– I dagens samfunn kjemper boka en hard kamp mot andre medier om brukernes tid. Men selv om lesinga har gått ned, har boka som kulturelt objekt blitt styrket. Og innenfor dette segmentet kan det synes som om det enkle og rene vektlegges i større grad.

– LEIF GJERSTAD

– Det skjer mye spennende innen litterære kunstsjangere, og de siste 10–15 årene har interessen for boka som objekt steget. Innenfor designfag er det mange i dag som jobber dedikert med bokdesign.

Bokdesignernes favoritter

Vi ba noen bokdesignere trekke fram et utenlandsk og et norsk bokomslag som de har stor sans for.

Bjørn Kulseth:

– Jeg har sans for noe som er enkelt, litt symbolsk og klarer å formidle en ekstra dimensjon til historien. To vellykkede eksempler er:



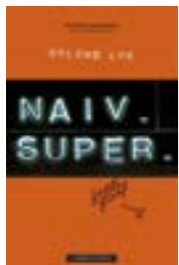
Mario Puzo: *The Godfather*

Design: Neil Fujita /

Illustratør: John Kashiwabara (1969)

– Helt ikonisk og tråddokke-håndtaket gir jo en gripende innsikt i hva mafiaen handler om...

Omslaget ble som kjent også videreført som filmplakat etc.



Erlend Loe: *Naiv. Super* av Erlend Loe

Design: Kim Hiorthøy (1996)

– Dymotape og bankeleke som symbolikk – Kim må ha fått denne grafiske ideen rett fra høyere makter.

Lotte Grønneberg:

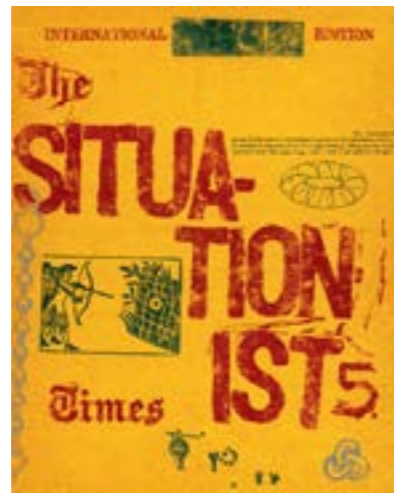
Jacqueline de Jong: *The Situationist Times* (1962–67)

– Jeg tillater meg å løfte frem et tidsskrift: *The Situationist Times* ble redigert og utgitt av den nederlandske kunstneren Jacqueline de Jong i årene 1962–67. Gjennom seks utgaver utfordret de Jong tidsskriftformatet og tradisjonelle former for å samle og spre kultur.

Jeg blir inspirert av den kraftfulle og lekne formen på tidsskriftet – men i like stor grad av måten de Jong jobbet på, og hvordan hun på uærbødig vis skapte noe helt nytt gjennom å kna sammen materiale fra vidt forskjellige kulturelle kontekster.

Edward Ruscha: *Twentysix Gasoline Stations* (1963)

– *Twentysix Gasoline Stations* var den amerikanske kunstnerens Ed Ruschas første bok. Den ble toneangivende både for hans videre arbeid med bokmediet, og for hele sjangeren artists' books. Boken består, som tittelen sier, av 26 fotografier av bensinstasjoner med medfølgende bildetekster. Forsiden er rent typografisk og slående i sin enkelhet, og boken har både konseptuelt og formmessig inspirert generasjoner av utøvere, meg inkludert.

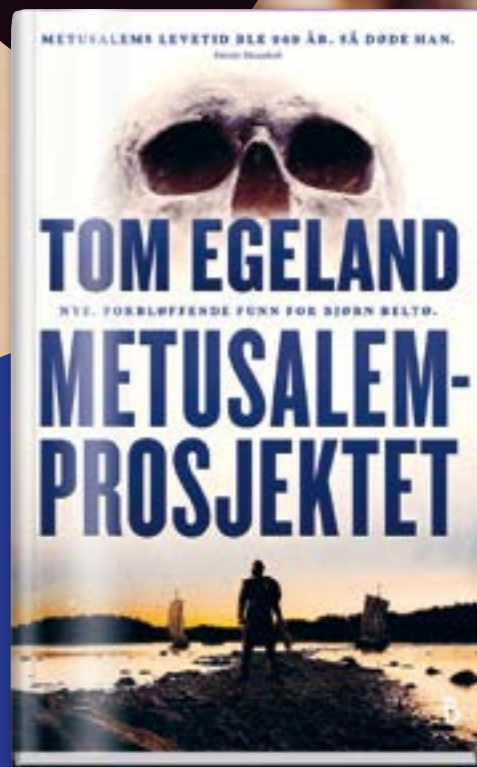


BLIX OG
RAMM ER
TILBAKE!



Arr kommer 14. juni

DEN TIENDE
BOKEN OM
BJØRN BELTØ!



Metusalem-prosjektet
kommer 30. mai



Terese Moe Leiner:

Jennifer Egan: *The Candy House*

Design: Jamie Keenan

Det var dette omslaget som imponerte meg mest da jeg var på bokmessa i London nylig. Det er en konfetti av et omslag. Teknisk er det imponerende og avansert gjort. Komposisjonen har mange lag, og hele omslaget er en *perfect match* til teksten.



Gunhild Øyehaug: *Vonde blomar*

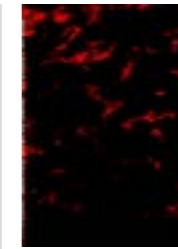
Et suverent omslag designet av Christian Bergheim i Anti. Den viser hvordan et omslag kan kommunisere med enkle former. Illustrasjonen har en interessant form som man er nødt til å se nærmere på, og de få fargene skaper et blikkfang.

Anette L'orange:

Penguins Great Ideas

Originalt design: David Pearson

En helt fantastisk bokserie, og forbilledlig i hvordan de med enkle virkemidler, begrenset palett og sylskarpe ideer skaper et unisont formspråk og et urokkelig seriekonsept.



Hope Blinds Reason

Design: Gösta Flemming og Terje Abusdal

Boka som vant Årets vakreste bok i 2020. Omslaget var vibrerende vakker-ekkel. Et transparent smussomslag i oransje vinyl over glanset foto i dypblått ga designet en nesten tredimensjonal effekt. Genistreken lå i hvordan omslagsfotoet dermed endret seg i det man fjernet smussomslaget: fra ild til vann, i direkte relasjon til innholdet, og det helt uten ord! Det satt som ei kule hos meg.

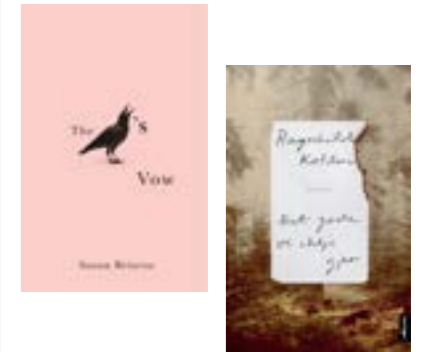
Ellen Lindeberg:

Susan Briscoe: *The Crow's Vow*

Design: David Drummon / Salamander Hill Design

Jeg ønsker å trekke frem den canadiske designeren David Drummon. Felles for arbeidene hans er originale idéer som fremstår uanstrengt slik de er presentert. Det er alltid en enkelhet og klarhet over det han gjør, uten bruk av overflødige designelementer. *The Crow's Vow* er et av mange eksempler på en slik enkel utforming. Samtidig er idéen

og samspillet mellom illustrasjon og typografi ikke bare åpenbar, men også finurlig. Jeg ser for meg at sammensetningen har blitt til som en slags *art by accident* underveis i arbeidet da det ble klart at ordet «crow» ikke var nødvendig. Resultatet er elegant og lett humoristisk.

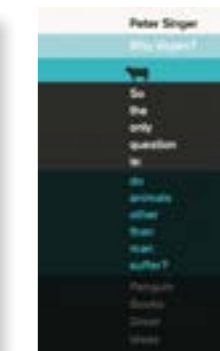


Ragnhild Kolden: *Det gode vi ikkje gjer*

Design: Jesper Egemar

Her valgte jeg å dra i bokhandelen for å gå etter det som vekket oppmerksomheten min.

Dette omslaget synes jeg er tiltrekkende på grunn av et vakkert visuelt uttrykk. Jeg synes det er et godt omslag selv om det ikke er til stede en umiddelbar og tydelig idé, som i mitt første eksempel. Her liker jeg en neddempet fargebruk og en uperfekt, men elegant håndskrift. Det er også et interessant møte mellom den hvite formen og fotoet. Den lille riften i bilde som delvis skjuler noe gjør det både skjørt og gåtefullt, hvilket gjør meg nysgjerrig på historien.



Påkledde bøker og avkledde kvinner

Omslag – fra Moravia til Tajik.

Da *Frankenstein* nylig ble relansert med afro og *Romeo og Julie* med brun hud og hijab på bokomslaget, utløste det en storm av reaksjoner. Men ikke fra den kanten man kanskje skulle trodd. Prosjektet var et samarbeid mellom Barnes & Noble og Penguin Random House i anledning Black History Month 2020, der tolv klassikere fikk nytt omslag som forestilte heltene som melaninrike. Det var latinamerikanske og afroamerikanske forfattere som reagerte og kalte prosjektet et billig stunt. De mente at initiativtagerne heller burde brukt kreftene på å løfte frem forfattere med minoritetsbakgrunn.

«Diverse Editions», som serien het, er et eksempel på omslag som skaper overskrifter. At bokomslag blir viet oppmerksomhet hører riktignok ikke til regelen, til tross for at det som regel er det man først legger merke til når man er på utkikk etter en ny bok i bokhandelen eller på biblioteket. Omslaget er bokas visuelle identitet. Grunnen til at det sjelden omtales i anmeldelser er kanskje at det står i en uklar relasjon til det litterære verket. Forfatteren er avsender av teksten, men hvem er egentlig avsender av omslaget – forfatteren, forlagsredaktøren, designeren eller kanskje forlagets markedsavdeling?

Bokomslaget hører til det den franske teoretikeren Gérard Genette kalte paratekster, rettere sagt en

betegnelse på alle elementene som ledsager selve teksten. Omslag, baksidekster, forord og kolofonsider har som formål å presentere teksten. Boken gis en form og innpakning som skal få boken kjøpt, lest, og helst – lest riktig, mente Genette. Omslagets viktigste oppgave er å formidle sjanger og undersjanger, og så gi en tolkning av den aktuelle fortellingen, enten det er en statsmann-biografi, en psykologisk thriller eller en leken metaroman. Som kunstnerisk uttrykk er det altså underordnet teksten. Denne reklame-funksjonen bidrar kanskje også til at omslaget sjelden blir viet mye og seriøs interesse.

Kvinner og klær

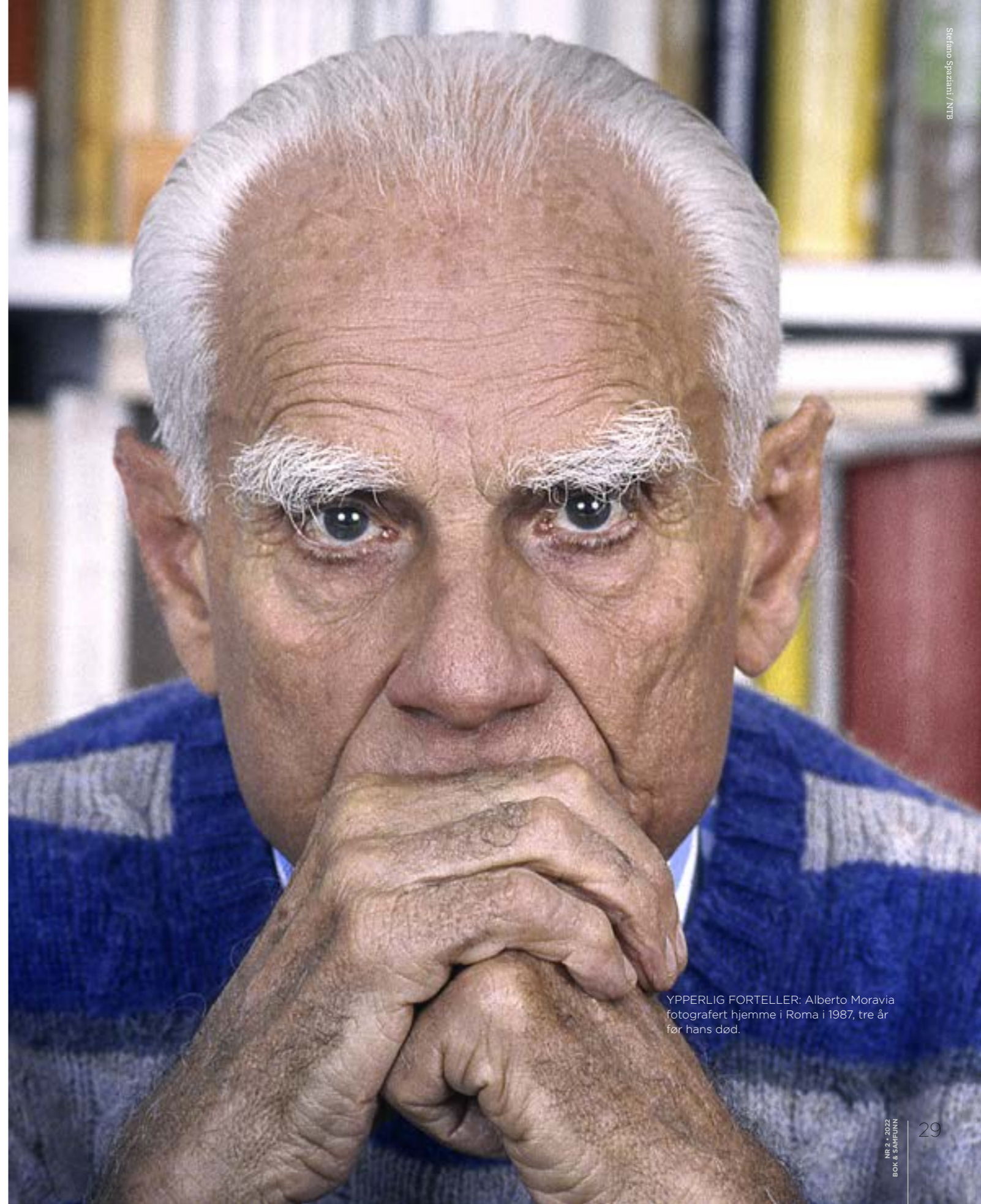
Et omslag som nylig tiltrakk seg oppmerksomhet her til lands er det som prydet Hadia Tajiks biografi *Frihet* (2020). Bildet av Tajik i mørkegrønn fløyelsdress, med høye heler og selvsikker positur bryter ikke nødvendigvis med biografisjangeren. Det passer godt inn i kategorien «suksessrik

Hvem er egentlig avsender av omslaget? Forfatteren, forlagsredaktøren, designeren eller kanskje forlagets markedsavdeling?

kvinne forteller om sin vei til makten», men det polerte, amerikanske preget skurrer, fordi det åpenbart bryter med Arbeiderpartiets hardt tilkjempede folkelighet. Utrykket står i skarp kontrast til Thorbjørn Jaglands memoar, lansert samme år, der forfatteren er avbildet til skogs med sekk på ryggen og ansiktet i skyggen.

Debatten om Tajiks omslag og klesdrakt gjorde meg nysgjerrig ettersom den handlet om bokomslag og kjønn, sentrale komponenter i masteroppgaven jeg nettopp hadde levert på den tiden. Oppgaven tok for seg den norske utgivelseshistorien til Alberto Moravia, en av det forrige århundrets mest leste italienske forfattere. Han figurerte ofte på listen over foreslåtte kandidater til Nobelprisen, samtlige utgivelser havnet på Vatikanets indeks over forbudte bøker, og han satt i Europaparlamentet som representant for kommunistpartiet på sine eldre dager. Antallet romaner og novellesamlinger som er oversatt til norsk, tretten titler i alt, viser at han også ble en kjent størrelse her hjemme.

Moravia har en selvsagt plass i fortellingen om nittenhundretallets italienske åndsliv. Fordelen av en slik posisjon kunne han ikke i like stor grad flyte på her i Norge, og de norske forlagene måtte derfor jobbe hardere for å formidle bøkene hans ut til leserne. Slik det ofte er med oversatt litteratur.



YPPERLIG FORTELLER: Alberto Moravia fotografert hjemme i Roma i 1987, tre år før hans død.



SKAPTE STORM: I 2020 ble 12 klassikere presentert i ny drakt til et nytt prosjekt, som raskt ble beskyldt for å være et billig stunt.

Balansgang mellom prestisje og erotikk

Moravia ble introdusert for et norsk publikum i 1950 med *Romerinnen*, en neorealitisk fortelling om en romersk jente som av sammensatte grunner ender som prostituert. Det er grunn til å tro at Cappelen spekulerte i at kombinasjonen av litterær prestisje og et dristig emne lovet godt for salget, og boken lanseres som en av de store nyhetene på høstlista. Omslaget viser riktignok en naken kvinne, men det er en smakfull akt av en av datidens kjente omslagskunstnere, Chrix Dahl. Baksideteksten er langt mindre dydig, og er en tvilsom skildring av den reflekterte og handlekraftige hovedkarakteren: «I tillegg til å være frodig vakker er hun også fattig, troskyldig og deilig. Og gjennom hele sitt liv som prostituert bevarer hun på forunderlig vis sin ungpikelige uskyld.» *Romerinnen* ble umiddelbart en bestselger.

Det virker som denne utgivelsen legger premissene for de norske oversettelsene av Moravia. De neste førti

årene utgir Cappelen fem nye titler og to nye utgaver av *Romerinnen*.

Samtlige med et kvinneportrett på forsiden, samtidig som paratekstene omtaler Moravia som en betydelig samtidsforfatter. Cappelen er den første av hele syv utgivere som publiserer en eller flere av Moravias titler på norsk. Også Aschehoug og Gyldendal utgir en tittel hver. Gyldendal i sin blå novelleserie, med et portrett av forfatteren på forsiden, som mer entydig profilerer Moravia som en moderne klassiker. Aschehoug med et Dali-inspirert bilde, antagelig et nikk til den postmoderne stilen som også preger teksten. Bokklubbens utgivelse av *Romerinnen* er overraskende fri for ansikter eller nakne damer. Det grafiske omslaget Bokklubben har landet på henger kanskje sammen med at boken ikke selges i butikk, men på bakgrunn av medlemsbladet? Omslaget mister dermed sin funksjon som salgspakat.

På 80-tallet utga det lille, kommersielle forlaget Ex Libris tre titler av Moravia. Bøkene er pakket inn i

pornografiske malerier fra kunstneren Anders Kjær. En av utgivelsene, en novellesamling, er også freidig omdøpt *Erotiske fortellinger* på norsk. På italiensk har boken en helt annen tittel. Erotikk er riktignok et element i novellene, som kan sies å stå i tradisjonen etter Boccaccio. Det er likevel påtagelig at ironien som gjennomsyrrer Moravias tekster er forsvunnet fra omslaget.

Ex Libris' utgivelser virker som den logiske fullbyrdelsen av trenden som har preget Moravias utgivelseshistorie på norsk. En trend som riktignok snus på totusenogtallet, da Solum utga to titler med sobre og minimalistiske omslag. Forfatterskapet stiles som en klassiker.

Kledd for anledningen

I den norske markedsføringen av Moravias forfatterskap spilles det med få unntak på erotikk, ved at bøkene pakkes inn i mer eller mindre avkledder kvinner. Selv om det er vanskelig å si noe sikkert om hvordan omslagene påvirket lesningen av forfatterskapet, kan man konstatere at det virker som et noe ensidig fokus. Til sammenligning er verken de italienske original-omslagene eller de svenske oversettelsene preget av en overvekt lett-kledder kvinner.

Omslaget bør være en representasjon av innholdet, sjanger og stil, men det er åpenbart mange andre faktorer



MORAVIA-DOBBEL: Omslagene til *Romerinnen* og *Erotiske fortellinger*.



Pål Lauli



KONTRASTER: Hadija Tajiks bokomslag passer godt inn i kategorien «suksessrik kvinne forteller om sin vei til makten», men det polerte, amerikanske preget skurrer, fordi det åpenbart bryter med Arbeiderpartiets hardt tilkjempede folkelighet, skriver Maria Qvale. Kontrasten til Thorbjørn Jaglands bokomslag er slående.

som spiller inn. Da Ex Libris pakket Moravias tekster inn i Anders Kjærs porno-pastisjer kan det virke som et rått salgstriks, men det reflekterer nok også tidens samfunnsmessige kontekst, hvor glorete jappetid kan sees som en reaksjon på syttitallets politiske bevissthet. Solum, på den andre siden, får utgivelsene til å passe inn i sin portefølje av glemte klassikere. Omslaget er påvirket av tidens moter og ideer, og forlagets intensjoner. Det engelske begrepet «book-jacket» leder tankene mot et klesplagg, som kan byttes ut. Åttitallets skulderputer ser kanskje merkelige ut med dagens øyne, men var helt riktige da.

Likevel er det verdt å merke seg at Ex Libris' første utgivelse, *Mannen som ser* (1987), fikk mange seriøse og positive anmeldelser, noe som illustrerer at Moravia var en respektert forfatter på det tidspunktet. At *Erotiske fortellinger* året etter kun fikk én anmeldelse, kan tyde på «feil» innpakning. Og allerede i 1951 reagerte Stavanger Aftenblads anmelder på den tvetydige innpakningen av *Romerinnen* med overskriften «Hederlig, men kjedelig». Selv om omslaget, sammen med forlagets omtale, skal få boken solgt, er det viktig at forventningene de gir leseren stemmer med leseropplevelsen.

Det er uvisst i hvilken grad Tajiks omslag er en god representasjon av hennes image og det hun ønsker å formidle. Det som i hvert fall er hevet over enhver tvil er at kvinnekroppen og graden av tildekning alltid engasjerer.

– MARIA QVALE



Maria Qvale (f. 1993) er utdannet litteraturformidler og jobber som innholdsprodusent i Aschehoug skole.



Trond Solberg, VC/NTB

Med 2000 omslag på CVen

Terese Moe Leiner har vært både utenfor og på innsiden. Begge alternativene kan ha sine fordeler og ulemper.

MED UNNTAK FOR GUBBEN: Terese Moe Leiner er designsjef i Kagge, men får unntak for å designe forfatter-ektemann Jan Kjærstads bokomslag. Her er de to fotografert på Aschehougs hagefest.

Etter at hun utdannet seg til grafisk designer på begynnelsen av 90-tallet, har Terese Moe Leiner designet rundt 2000 omslag. Mange av dem har hun designet utenfor forlagene, men som designsjef i Kagge synes hun det er mange fordeler med å være på innsiden.

– Jeg vet ikke helt, egentlig er jeg en realfagsperson, svarer Terese Moe Leiner, når vi spør henne om når interessen for design begynte.

Selv om hun ikke husker når interessen oppsto, husker hun det første omslaget som virkelig interesserte henne, det var Susanne Brøggers *Ja*. Hun var fjorten.

– Det var det første coveret i livet jeg la merke til på den måten.

Og kanskje var det dette ja'et som skulle til for at Terese Moe Leiner, mange år senere, trosset kjærligheten til matte og biologi, utdannet seg til grafisk designer, og spesialiserte seg innen bokdesign.

Som nyutdannet fikk hun seg sommerjobb i Aschehoug. Hun forteller at det var ganske andre arbeidsmetoder den gang. Alt måtte faktisk klippes og limes, det fantes ingen ctrl+x eller ctrl+v. Det fantes ingen e-post, alt måtte bringes med bud.

– Det var så mange bud.

Sjelden tittel

Etter hvert fikk Moe Leiner fast stilling i Aschehoug, først i markedsavdelingen, siden i designavdelingen. Så hadde hun noen år som freelancer før hun ble designsjef i Gylvendal. Men da prosessene i større grad ble digitale, la de fleste forlagene ned designavdelingene. Da startet hun og en del andre kolleger designbyrået Blæst.

I Blæst fortsatte hun å designe omslag, men deltok også på andre designprosjekter. Blant annet var hun med å designe en ny visuell profil for frukt- og grønnsaksprodusenten

Bama, og deltok i konkurransen om å designe de nye pengesedlene, og ikke bare det, hun fikk bruk for realfagskunnskapene sine ved å ta seg av regnskapet i firmaet. Men veien tilbake til forlagsbransjen var likevel kort da Kagge i 2016 opprettet en stilling som designsjef med hennes navn på.

Tittelen som designsjef i forlag er sjelden, nå for tiden er det redaktørene som holder i omslagsdesign og engasjerer eksterne designere.

– De store forlagene la ned designavdelingene for å spare penger, men det ble mer press på redaktørene. Nå må de være orientert også innen design, forteller Moe Leiner. – Problemet er at eksterne designere ikke er så tett på prosessen. Når man jobber på innsiden kommer man tettere på, man får med seg hva som blir sagt og hva som blir ment.

Likevel har hun forståelse for at designavdelingene ble lagt ned. Omslagsdesign krevde flere kompliserte prosesser før i tiden, og det finnes da positive sider ved outsourcing også.

– Redaktørene har blitt flinke og har god oversikt. Det fine med outsourcing er at man kan bruke mange forskjellige designere og få et mer fleksibelt uttrykk etter behov. Hvis man kun bruker faste designere på huset, står man i fare for at omslagene blir for like, men jeg vet om mange inhouse-designere som er veldig dyktige og følger med på hva som skjer ute.

Ute i verden

Når Terese Moe Leiner snakker om «ute» mener hun ute i verden. I vår var hun på bokmessen i London. Mens agentene satt i den store messehallen og solgte inn bøker til utenlandske forleggere, fant hun veien til bokhandlene og betraktet de engelske bøkene.

– I England ser man at det er mye penger i design. De bruker ofte spen-

nende papir, og legger mye i boka som fysisk produkt. Det spares ikke på utstyret, det bet jeg meg merke i.

Ellers synes hun det er vanskelig å snakke om trender, det er enklere å snakke om strømninger og tendenser, for som hun sier: man blir jo påvirket.

– I en bokhandel var det et bord med historiske bøker. Alle var svarte, røde og hvite. Ikke én skilte seg ut. Det hadde vært kult å ha designet en historisk bok med et gnall gult omslag som kunne skille seg ut på det bordet.

Apropos knallgult, selv om Moe Leiner jobber i Kagge, designet hun da nylig omslaget til Jan Kjærstads bok *En tid for å leve* som er utgitt på Aschehoug?

– Det var dispensasjon, forklarer hun, – Da jeg begynte i Kagge ble vi enige om at jeg fortsatt kunne designe Jans bøker.

Ikke så rart, kanskje, Jan Kjærstad er tross alt mannen hennes, og etter at han ble det, har Terese designet flere av bøkene hans.

Men alt kan ikke være knallgult. Gjennom samtalen med Terese Moe Leiner forstår vi at omslagsdesign handler om å finne balansen mellom å skille seg ut og være sjangertro. Først og fremst skal omslaget kle teksten, og da er det avgjørende å forstå tonen i den.

– Leser du alle bøkene du designer?

– Nei, nei, det hadde jeg ikke hatt tid til! Selv om jeg ideelt sett skulle hatt tid til å lese mer, utgir vi mest sakprosalitteratur i Kagge, og da er

– Som ekstern designer kan man oppleve at det kommer en salgsavdeling inn fra sidelinja og mener masse om hvordan et omslag skal se ut etter at det egentlig er ferdig. Det er en fordel å være med på alt som skjer innenfor forlagets vegger, designeren har et bedre utgangspunkt hvis man er tett på beslutningene.



SIGNERT TERESE MOE LEINER:
Kristopher Schaus *På vegne av venner*.

det enklere å orientere seg om hva boka handler om uten å lese den fra perm til perm. Når det kommer til skjønnlitteratur er det i større grad viktig å få en følelse av teksten, få med seg lag i den, det er derfor mye viktigere å lese skjønnlitteraturen for å designe et passende omslag.

Mange mener mye

I Kagge designer hun rundt halvparten av omslagene, den andre halvparten tar eksterne designere seg av, noe hun selv har erfaring med fra da hun jobbet i Blæst.

– Som ekstern designer kan man oppleve at det kommer en salgsavdeling inn fra sidelinja og mener masse om hvordan et omslag skal se ut etter at det egentlig er ferdig. Det er

en fordel å være med på alt som skjer innenfor forlagets vegger, designeren har et bedre utgangspunkt hvis man er tett på beslutningene.

Moe Leiner legger ikke skjul på at det er mange som mener mye om hvordan et omslag skal se ut. I Kagge deltar hun ofte på idémøter og følger kommunikasjonen tett med redaktør, markedsavdeling og forfatter.

– Allerede på første idémøte kan tankene om omslag begynne. Redaktøren har ofte snakket med forfatteren og har noen ideer. Noen ganger er det føringer, andre ganger er det helt fritt.

– Hva foretrekker du?

– Ja, takk, begge deler.

– Hvem har siste ordet?

– Det er det ikke to streker under svaret på, sier hun. Det er en felles dialog som man fort merker temperaturen på. Jeg tegner ofte et par ulike skisser først, og så tar vi det derfra.

Hun introduserer oss for et nytt begrep som hun leste i en artikkel i *The Guardian* og oversetter med «minste felles multiplum»-design.

– Det beskriver når man ikke tør å «gutse» med et ukonvensjonelt design, men heller ender opp med å finne en løsning som alle er passe fornøyd med.

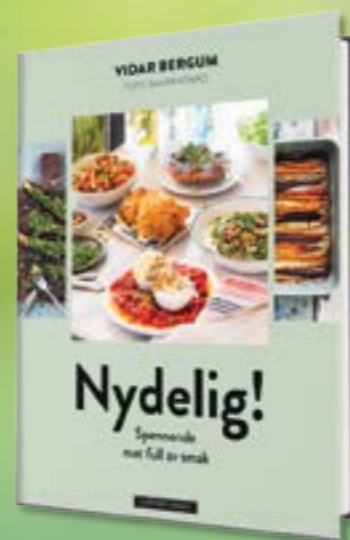
– Hvis fem stykker synes et omslag er fantastisk, mens én ikke liker det, skal man ta hensyn til den ene da, spør hun, og legger til: – Jeg synes kanskje ikke det.

Likevel er det én persons mening som selv for Terese Moe Leiner trumfer alle de andres.

– Forfatteren skal elske boka si, det er viktig for meg. Man må ha respekt for åndsverket og teksten forfatteren har levert. Noen forfattere er opptatt av design, og da må man ta hensyn til det. Forfatteren skal tross alt leve med boka etter at den var en nyhet i bokhøsten.

– MAREN SIMONSEN

NYT VÅREN MED GOD MAT OG DRIKKE



Boka for deg som vil lage spennende mat med grønnsaker, uten nødvendigvis å bli vegetarianer.

Vidar Bergum:
NYDELIG! SPENNENDE MAT
FULL AV SMAK



Alkoholfrie drinker med overraskende smaker og wow-faktor. Perfekt til festen!

Anbefaler også *Fredagscocktail*

Arnt Steffensen:
FREDAGSMOCKTAIL



Oppskriftsbok basert på mange av de ville vekstene fra *Sankeboka*.

Jørgen Ravneberg:
SPIS MER GRØNT
OPPSKRIFTER FRA SANKEBOKA



I *Sankeboka Vår* lærer du deg å identifisere vårens ville vekster og hvor de vokser.

Jørgen Ravneberg:
SANKEBOKA VÅR

Kunstner eller håndverker?

Bokdesignerne står for den visuelle utformingen og uttrykket av omslag og innmat. Mange har også en kunstfaglig utdanning å se tilbake på. Men som oppdragsgiver er forlagene formodentlig mer opptatt av omslagets salgsdrivende effekt, enn av selve det kunstneriske uttrykket.

Bok og samfunn spurte noen bransjeaktører hvordan de betrakter bokdesigneren. Er hen kunstner eller håndverker?

Bjørn Helge Roggenbihl, grafisk designer og tidligere forlagsmann:

– Jeg mener det er et håndverk som grenser til det kunstneriske.

Aslak Gurholt, grafisk designer:

– Mest håndverk. Bokomslag og platecovere gir mulighet til kunstneriske uttrykk. Og bokdesign er et komplekst univers, der jeg stadig lærer nye ting.

Janneken Øverland, forfatter og redaksjonssjef:

– Jeg betrakter designere som kunstnere.

Bjørn Kulseth, musiker og grafisk designer:

– Jeg har aldri tenkt på meg selv som kunstner, men heller som kommunikatør. Jeg tenker på omslag som plakater, som noe som er med på å bygge en merkevare. Man skal kjenne igjen virkemidlene.

Anette L'orange, grafisk designer i Blunderbuss

– None of the above. Jeg ser på meg selv som designer, og filosoferer egentlig ikke stort over hvor jeg da lander mellom disse. Eller kanskje er det nettopp der jeg lander som designer. Midt i mellom kunstner og håndverker?

Trine Paulsen og Kim Sølve, Trine + Kim designstudio:

– Vår vei inn i bokdesignfaget var via kunstbakgrunn, og vi lager begge kunst i tillegg til å ta design- og illustrasjonsoppdrag, så det er fristende å vektlegge dette i svaret vårt. Men sannheten er at det i vår hverdag som oppdragstagere, til syven-

TRINE+KIM: – Bokdesignerfaget blir et slags merksnodig tangeringspunkt.

de og sist, er kunden som avgjør hvordan resultatet blir. Der skiller nok faget vårt seg fra kunst, men at enkelte oppgaver og oppdrag kryper ganske langt inn i kunstfeltet er sikkert. Fremfor å uttrykke oss visuelt på vegne av oss selv gjør vi det på vegne av et prosjekt vi må sette oss ordentlig inn i. I dette arbeidet et det nødvendig med en forståelse av markedsbehov og kommersielle egenskaper. Så bokdesignerfaget blir et slags merksnodig tangeringspunkt mellom kunstfag og reklamebransje, som vi selv synes det er vrient å definere. Og selv om vi virkelig stortrives i forlagsbransjen er det fint å ha egne kunstprosjekter å lene seg tilbake på som en variasjon fra oppdragene.

Lotte Grønneberg, førsteamanuensis ved Kunsthøgskolen:

– En designer er en designer. En person som jobber med noe som ikke er eget, men med noe som skal ut i verden og fungere. Men det er også rom for å eksperimentere, slik at designet blir en slags møteplass mellom funksjonalitet og et kunstnerisk uttrykk.

Terese Moe Leiner, grafisk designer og designsjef i Kagge forlag:

– Håndverker. Det ligger veldig mange føringer i bånd. Jeg står ikke fritt som en kunstner. Det er mange hensyn å ta. Premissene for kunst er at man står helt fritt.

Boken og «den nye typografien»

For 100 år siden var Europa preget av uro og brytninger, også innenfor typografien. I Tyskland begynte man å prate om «den nye typografien», en moderne form for visuell kommunikasjon som bevist brøt med konvensjoner og som utviklet seg i parallell med funksjonalismen i arkitektur og design. Stilen hadde sitt opphav i den internasjonale avantgarden, men fikk etter hvert stor betydning for kommersiell grafisk industri både i Tyskland og Skandinavia, og senere utviklingen av grafisk design. Sammen med idéer om funksjonalisme fikk den også betydning for bokdesign.

Den nye typografiens opphav

Den nye typografien kan sees som funksjonalismens motsvar i trykte medier. Stilen bygde på de poetiske eksperimentene til futuristene, som manet til revolusjon mot bokens jevne grå typografi. I stedet foreslo de å bruke opptil tre eller fire farger trykksverte og opptil tjue forskjellige skriftsnitt for å forsterke ordenes ekspressive kraft. Den nye typografien baserte seg også på det «universelle» formspråket til den nederlandske De Stijl-gruppens abstrakte kunst, og de grafiske materialene de sovjetiske konstruktivistene skapte som ledd i utviklingen av en ny kommunistisk kultur.

Disse avantgardistene utvekslet ideer gjennom et organisk nettverk bestående av tidsskrift, korrespondanse og personlige kontakter. Skandinaviske aktører, som den svenske maleren Georg Pauli og den danske konstruktivist-gruppen D.N.S.S., tok del i dette nettverket. De brukte det for å orientere seg om hva som skjedde i utlandet, men også for å dele sine egne idéer og produkter med likesinnede kunstnere og aktivister spredt rundt om i Europa.

Den nye typografien i tysk grafisk bransje

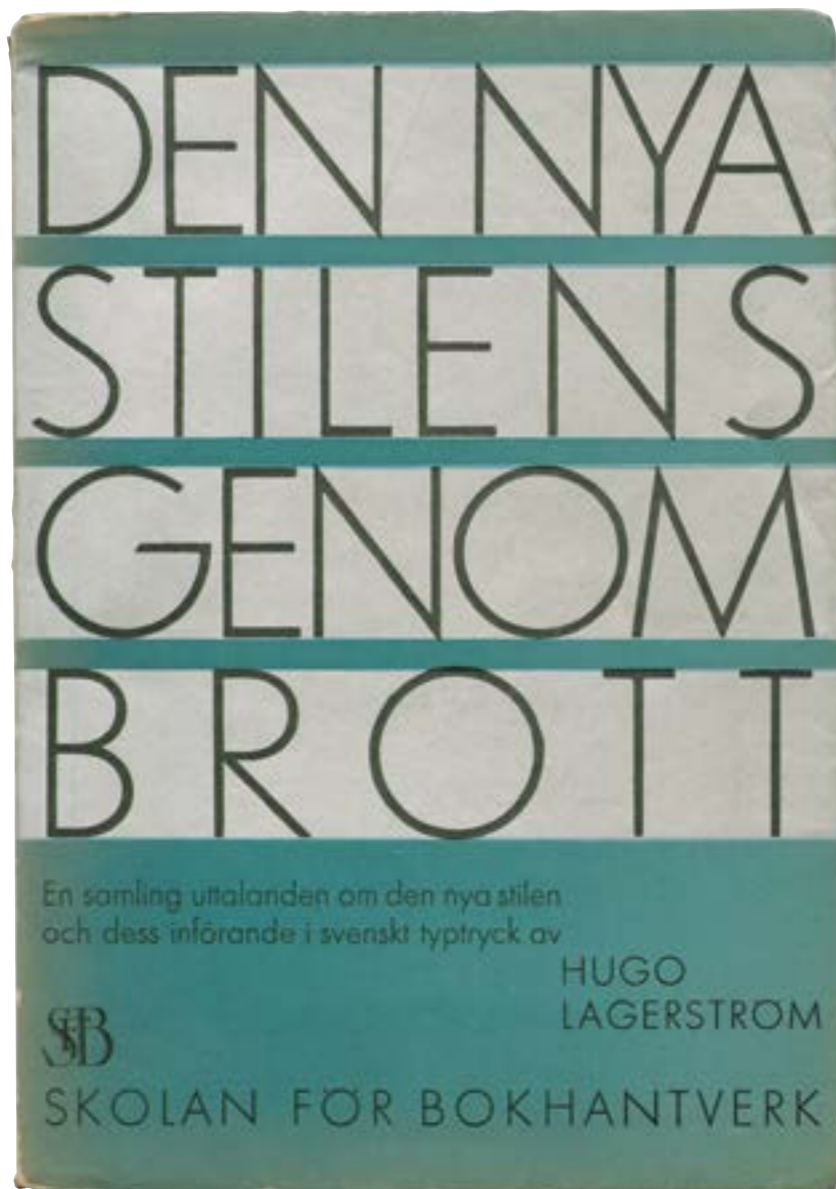
Selv om den nye typografien først kun ble brukt av marginale avantgarde-grupper fikk den snart betydning på en kommersiell skala. I 1925 publiserte den tyske typografen Jan Tschichold et særhefte om den nye typografien i bransjebladet *Typographische Mitteilungen*. Her publiserte han et sett med ti prinsipper, eller «regler», som kunne brukes av typografer i utformingen av ny typografi. De viktigste av disse oppfordret til bruk av grotesk fremfor antikva og gotisk skrift, fotografi fremfor illustrasjon, asymmetri fremfor symmetri, en logisk gruppering og oppbygning av meningsinnholdet, og aktiv bruk av den utrykte papiroverflaten i komposisjon. Tschichold sluttet seg også til bruken

av DIN-formater og en radikal tysk rettskrivningsreform som foreslo at alle ord, også de i begynnelsen av hver setning, skulle settes med små bokstaver. Tschicholds særhefte førte til voldsomme diskusjoner innad i den tyske grafiske bransjen. Mange boktrykkere og typografer var stolte bærere av tradisjonen til Gutenberg. De var opptatt av å bevare tradisjonen og ville derfor nødig slippe til de nye idéene. Til tross for kritikken fikk den nye typografien allikevel gjennomslag etter hvert. De store tyske skriftstøperiene merket seg dette og begynte å bruke den nye typografien i markedsføringen sin.

Den nye typografiens inntog i Skandinavia

Det fantes liten tradisjon for skriftstøping i Skandinavia, og den grafiske industrien var derfor svært avhengig av importert skriftmateriell. Mot slutten av 1920-tallet fant de tyske skriftstøperienes markedsføringsmaterialer derfor også veien hit. Disse førte til en flittig diskusjon om «den nye stilen» i fagblader som den norske boktrykkeren Arthur Nelsons *Norsk Trykk*, det svenske *Nordisk Boktryckarekonst*, danske *De grafiske Fag*, og det interskandinaviske typografbladet *Grafisk Revy*.

De første artiklene i disse bladene var som regel avvisende ovenfor

MED LAGERSTRÖMS ARTIKLER: *De nya stilens genombrott*.

den nye typografien. De ble skrevet av etablerte figurer i bransjen, som den svenske boktrykkeren Hugo Lagerström og den danske fagskolelæreren Emil Selmar. Snart kunne man imidlertid lese artikler som talte for en form for kompromiss mellom gammelt og nytt. Enkelte foreslo måter å tilpasse Tschicholds regler til skan-

dinaviske forhold på – for eksempel ved å bruke andre skrifttyper, eller ved å se bort fra kravet om å utelukke bruke små bokstaver. Andre foreslo at den nye typografien kunne brukes i reklametrykk, men at boken skulle skjermes slik at den forble tradisjonell i formen. Etter hvert begynte også Lagerström å revurdere sin i

SKOLEEKSEMPEL: *Acceptera*.

utgangspunktet avvisende holdning. Omkring 1930 endret han seg til å bli en talsperson for en modifisert form for ny typografi som tillot bruk av skriftsnitt som Bodoni, Walbaum og Medieval i stedet for grotesk. Flere av Lagerströms artikler om den nye typografien ble senere samlet i utgivelsen *Den nya stilens genombrott* (1933).

Stockholmsutstillingen og funksjonalismen

I mai 1930 åpnet Stockholmsutstillingen i Sverige. Denne store utstillingen av moderne arkitektur og design, formgitt av sjefsarkitekt Gunnar Asp-lund og hans team, sees gjerne som funksjonalismens gjennombrudd i Skandinavia. Interessen for moderne design spredte seg raskt. Snart kunne man høre moteordet «funkis», ikke bare i Stockholm, men også i Oslo og København. Stockholmsutstillingen var viktig også for videreutviklingen av den nye typografien i Skandinavia. Dette var mye takket være Sigurd Lewerentz, en av arkitektene i Asp-lunds team. Lewerentz tegnet blant

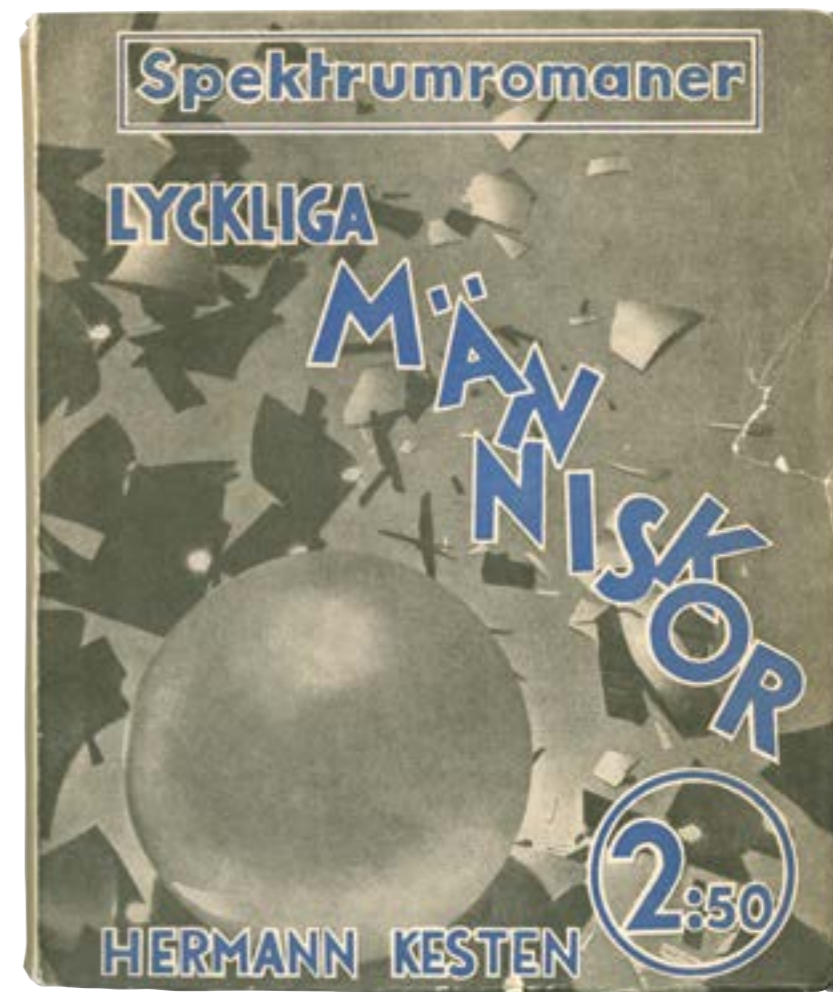
annet utstillingens plakat, som proklamerte årstallet «1930» med store geometriske groteske bokstaver, og utviklet en moderne geometrisk grotesk skrift som ble på all offisiell skilting. Dette ble første møtet med den nye typografien for mange skandinaver. Etter utstillingen publiserte arrangørene boken *Acceptera* (1931), ofte kalt funksjonalismens skandinaviske manifest. Omslaget var et skoleeksempel på ny typografi.

Bokomslaget

Boken hadde, for boktrykkere og typografer, en høyere status enn reklametrykk. Terskelen for å introdusere moderne former og groteske skrifttyper var derfor høyere i bokarbeid enn i reklamearbeid. Samtidig ble bokomslaget sett på som en liten plakat, et stykke reklame som var adskilt fra den egentlige boken. Den nye typografien påvirket derfor utformingen av bokomslaget mer enn den påvirket designet av bokens sider.

Den svenske utgaven av Hermann Kerstens roman *Lyckliga Människor* (1932) er et godt eksempel på hvordan den nye typografien kunne brukes i bokomslag. Omslaget er komponert av Otto G. Carlsund, en maler med tette bånd til den internasjonale avantgarden. Carlsunds komposisjon tok utgangspunkt i et abstrakt fotografi hentet fra en tysk bildebank. I kombinasjon med den ekspressive typografien forstår vi at motivet skal forestille en knusekule som slår ordet «människor» i stykker. Den visuelle retorikken forteller oss at det skjuler seg en mørkere fortelling bak bokens tilsynelatende lystige tittel.

Omslaget til Rolf Jacobsens *Jord og jern* kommuniserer ikke et tydelig budskap på samme måte. I stedet speiler det diktsamlingens tematikk og struktur. Som juryen i den ny-stiftede konkurransen om årets vakreste bøker antydte, så refererer tittelens

LYSTIG TITTEL - MØRK FORTELLING: *Lyckliga människor*.

«jordsvarte» og «mønje-røde» farger, trykt på blank metallisk kartong, nettopp til «jord» og «jern». I tur referer disse to ordene til bokens to deler, der den første delen inneholder dikt om naturen og den andre delen inneholder dikt som omhandler byen.

Bokkunst og ny typografi

Et forsøk på å bruke grotesk i mengdetekst kom fra uventet holdt med en utgave av Knut Hamsuns roman *Benoni* (1933), utgitt av Gyldendal i samarbeid med Norsk forening for bokkunst. Formgivningen kan sees som et kompromiss mellom en tidligere

bibliofil interesse i «den vakre bok» og den nye typografien. Skriften som ble brukt heter Gill og er i seg selv et kompromiss. Det er en humanistisk grotesk – såkalt fordi den bevarer aspekter av antikvaskriftens grunnform og pennestrøkets kontrast mellom tynne og tykke strøk i bokstavformen. Enkelte skarpøyde observatører påpekte dessuten ironien mellom valget av en grotesk skrifttype og Hamsuns antikverte rettskriving. I opposisjon til den nye typografiens krav ble *Benonis* substantiver skrevet med stor forbokstav akkurat som de fortsatt blir skrevet på tysk.



Ukjent fotograf

UTFORMET TI PRINSIPPER: Jan Tschichold



SPEILER TEMATIKK OG STUKTUR: Omslaget til *Jord og jern*.

Den funksjonelle boken

Også i Danmark arbeidet bibliofile miljø for en fornying av boken under påvirkning av de nye funksjonalistiske idealene. En av Stockholmsutstillingens utilsiktede konsekvenser var fokuset på funksjon gjorde det mulig å vurdere designløsninger på grunnlag av egne vurderinger, uavhengig av hva teoretikere som Tschichold måtte mene.

For den danske Forening for Boghaandværk førte tanker rundt funksjon til utviklingen av det de kalte «den funksjonelle bok», eller «bruksboken». De var med andre ord ikke opptatt av den nye typografiens formspråk, men av bokens materielle kvaliteter og hvordan disse kunne brukes for å skape en rimelig og brukervennlig boktype av god kvalitet. Resultatet

var en pocketbok-utgave av Maksim Gorki's *Min Barndom*, utgitt to år før den første Penguin-boken for alvor populariserte dette formatet som først ble utviklet av tyske Tauchnitz.

I Sverige utviklet Anders Billow, som arbeidet som kunstnerisk direktør for forlaget og trykkeriet Nordisk Rotograyvr, en funksjonalistisk tilnærming til de foto-illustrerte bøkene arbeidsgiveren hans spesialiserte seg på. Billow gikk bort fra de gamle konvensjonene om boksidens konstruksjon med dens store, harmoniske margforhold. Han jobbet ut ifra ønsket om at fotografiet skulle reproduseres så stort som mulig, og at det skulle gis størst mulig plass på siden. Derfor krympet han yttermarginene og satte teksten i kolonner og grupper som ble plassert lengst mulig vekk fra

den fotografiske illustrasjonen. Billow var ingen tilhenger av Tschicholds «Lutherske teser», og brukte gjerne antikva-skrifter i stedet for grotesk i sine layout. Som Billows biograf Jan Jönsson har kommentert, var Billows funksjonalisme en annen enn den som vanligvis assosieres med «den nye typografien».

Sjokkert og begeistret

Selv om den nye typografien først ble utviklet av marginale grupper med avantgardistiske diktere og kunstnere fikk den etter hvert stor betydning for det daglige arbeidet i grafisk bransje, også i Skandinavia. Stockholmsutstillingen bidro til å popularisere funksjonalismen i arkitektur og design og typografi. Alt som var «funktis» var på moten i årene etter 1930. Dette påvirket også på ulike måter bokens design. Forlag begynte å gi ut bøker med omslag utført i den moteriktige nye typografien, bokkunstnere prøvde å finne et kompromiss mellom tradisjonelle oppfattelser av «den vakre bok» og et moderne formspråk, og individuelle designere som Anders Billow utviklet sine egne tolkninger av hva funksjonalisme betydde i bokdesign. Den grafiske bransjen ble både sjokkert og begeistret av sitt møte med den nye typografien. Denne begeistring gav opphav til en kort men produktiv og utforskende periode i skandinavisk typografi som varte frem omtrent til andre verdenskrig og som ble gjenspeilet i periodens bokomslag og bokdesign.

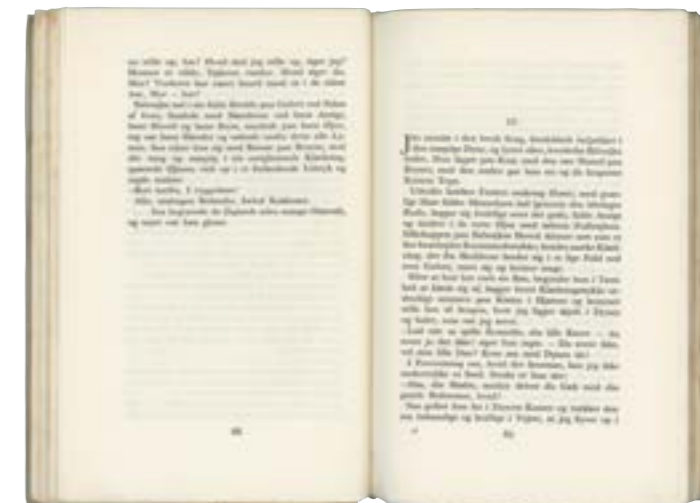
– TROND KLEVGAARD



Trond Klevgaard designhistoriker og grafisk designer. Han er ansatt ved Høyskolen Kristiania som førsteamanuensis i designhistorie. Klevgaard kom i fjor med boken *The New Typography in Scandinavia – Modernist Design and Print Culture* (Bloomsbury)



I GROTESK: Knut Hamsuns *Benoni*



TIDLIG POCKET: *Min barndom*

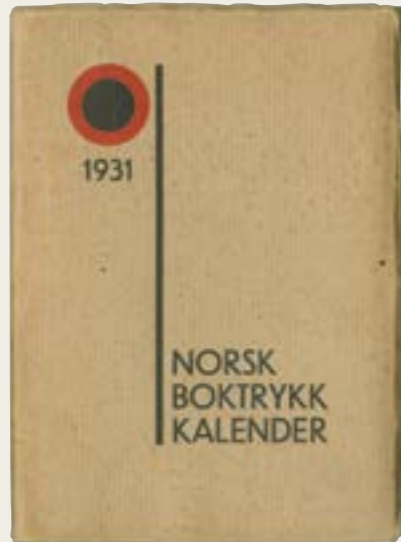


EN ANNEN FUNKSJONALISME: I svenska marker

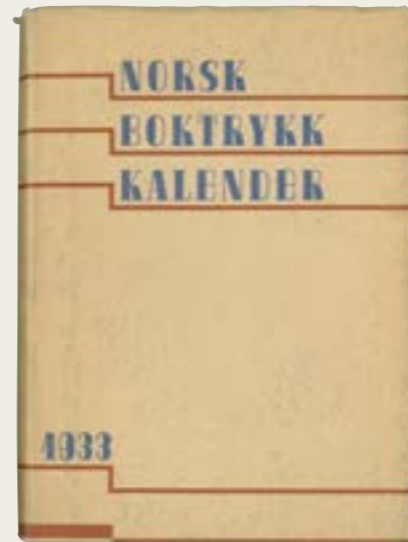
Glimt fra mellomkrigs-typografi og -design



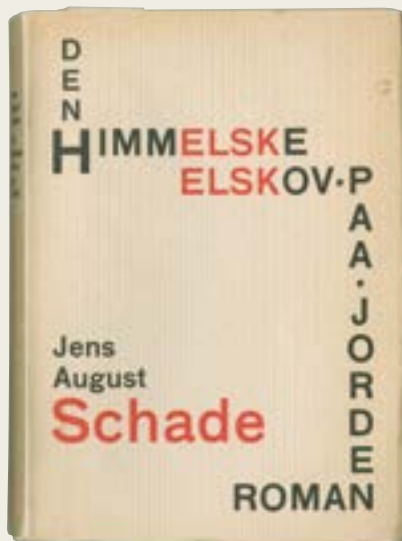
Friedrich Wolf: *Kunst er kamp* (Mondes Forlag, København 1930)



Norsk boktrykk kalender 1931 (Den typografiske forenings fagkomité, Oslo – Arbeidernes Aktietrykkeri)



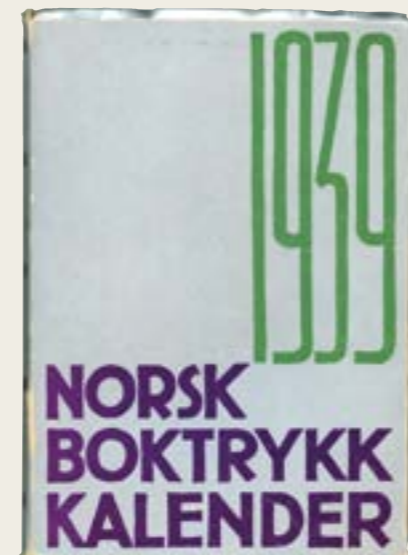
Norsk boktrykk kalender 1933 (Den typografiske forenings fagkomité, Oslo – Design: Torsten Wilander – Aas & Wahls boktrykkeri)



Jens August Schade: *Den himmelske elskov paa jorden* (Nyt Nordisk Forlag – Arnold Busck, København 1931 – C.Th.Thomsens Bogtrykkeri)



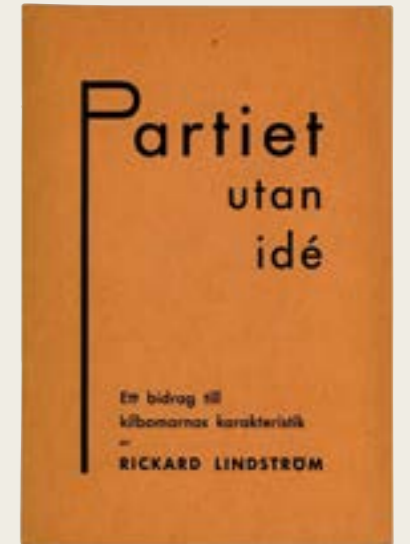
Norsk boktrykk kalender 1938 (Den typografiske forenings fagkomité, Oslo – Design: Heinrich Wolff – J. Chr. Gundersens boktrykkeri)



Norsk boktrykk kalender 1939 (Den typografiske forenings fagkomité, Oslo – Design: Albert Jærn – Kirstes boktrykkeri)



Bogvennen 1 (Bianco Lunos bogtrykkeri, København 1934)



Rickard Lindström: *Partiet utan idé* (Tryckeri-bolaget Tiden, Stockholm 1935)



Th. Magnusson: *Hitler-diktaturen* (Tidens förlag – Tryckeriaktiebolaget Tiden, Stockholm 1933)



Skriftprøver fra Grøndahl & Søn. Udatert, Oslo.



Gustav Möller: *En svensk väg genom krisen* (Tidens förlag, Stockholm 1940 – Åetå tryck offset)

Sjakk-sjokk i topp

Johan Høsts thriller *En nasjon i sjakk* (Vigmostad & Bjørke) har vært en av de mest omtalte bokutgivelsene så langt i 2022, og den ble også den norske skjønnlitterære salgsvinneren i første kvartal.

Listene på de følgende sidene er utarbeidet av Bokhandlerforeningen for Bok & samfunn, og bygger på faktisk salg i bokhandel i perioden 1. januar – 31. mars 2022. >>

Norsk skjønnlitteratur

Nr 1



NR	FORFATTER/TITTEL	UTGITT
1	Johan Høst En nasjon i sjakk Vigmostad Bjørke	2022
2	Jo Nesbø Kongeriket Aschehoug	2020
3	Linn Skåber Til de voksne Pitch	2020
4	Lisa Aisato Livet - illustrert Kagge	2019
5	Linn Ullmann Jente, 1983 Oktober	2021
6	Lars Mytting Hekneveven Gyldendal	2020
7	Tegnehanne Tegnehanne blir mamma Strand	2022
8	Katrine Wessel-Aas Emmas bok Pitch	2022
9	Tore Renberg Tollak til Ingeborg Cappelen Damm	2020
10	Hans Børli Samlede dikt: Hans Børli Aschehoug	1995
11	Roy Jacobsen Bare en mor Cappelen Damm	2020
12	Sven Petter Næss Den stille uke Aschehoug	2019
13	Anita Østerbø Skammens mødre Vestland	2021
14	Zeshan Shakar Gul bok Gyldendal	2020
15	Helga Flatland Et liv forbi Aschehoug	2020

Oversatt skjønnlitteratur

Nr 1



NR	FORFATTER/TITTEL	UTGITT
1	Valérie Perrin Å vanne blomster om kvelden Cappelen Damm	2022
2	Colleen Hoover Det ender med oss Gursli Berg	2018
3	Jojo Moyes Når hvalene synger Bastion	2021
4	Åsa Larsson Solstorm Gyldendal	2004
5	Kim Faber Vinterland Aschehoug	2020
6	Lucinda Riley Helenas hemmelighet Cappelen Damm	2022
7	Michel Houellebecq Tilintetgjøre Cappelen Damm	2022
8	Åsa Larsson Fedrenes misgjerninger Gyldendal	2022
9	Guzel Jakhina Zulejkha åpner øynene Cappelen Damm	2022
10	Agota Kristof Tvillingenes dagbok Cappelen Damm	2022
11	Ilja Leonard Pfeijffer Grand Hotel Europa Gyldendal	2022
12	Tracy Rees Rosehagen Cappelen Damm	2022
13	Natasha Lester Den franske fotografen Strawberry Publishing	2021
14	John Le Carré En fri agent Cappelen Damm	2020
15	Lars Kepler Speilmannen Cappelen Damm	2020

Lyrikk

Nr 1



NR	FORFATTER/TITTEL	UTGITT
1	Hans Børli Samlede dikt: Hans Børli Aschehoug	1995
2	Olav H. Hauge Olav H. Huges vakreste dikt Samlaget	2014
3	André Bjerke Samlede dikt: André Bjerke Aschehoug	2015
4	Olav H. Hauge Dikt i samling Samlaget	2020
5	Victoria Dalsberget du og jeg Vigmostad Bjørke	2022
6	Hans Børli Hans Børlis beste dikt Aschehoug	2015
7	Trygve Skaug Ikke slipp Cappelen Damm	2020
8	Hans Børli Hans Børlis beste dikt Aschehoug	2010
9	Louise Glück Averno Oktober	2020
10	Olav H. Hauge I Hauges eplehage Samlaget	2020
11	Axel Frønes Hilsen Axel Aurora	2020
12	Victoria Dalsberget du er nok Vigmostad Bjørke	2021
13	Axel Frønes Beste hilsen Axel Aurora	2021
14	Trygve Skaug Opprykk Cappelen Damm	2021
15	Edvard Hoem Ute, langt der ute Oktober	2021

Norsk sakprosa



NR	FORFATTER/TITTEL	UTGITT
1	Øystein Pettersen Helt konge! Gode Dager	2022
2	Abid Raja Min skyld: En historie om frigjøring Cappelen Damm	2021
3	Linka Neumann Villmarksgensere Aschehoug	2019
4	Catrin Sagen Fra ligging til legging J.M. Stenersens	2022
5	Linka Neumann Villmarksgensere 2 Aschehoug	2020
6	Hanne Andreassen Hjelmås Klompelompe: Strikk til små og store anledninger J.M. Stenersens	2020
7	Terje Tvedt Verdenshistorie J.M. Stenersens	2020
8	Helene Olafsen En om dagen J.M. Stenersen	2022
9	Trine Sandberg Trines hverdagsmat Cappelen Damm	2019
10	Kjell Aukrust Kjell Aukrusts verden Cappelen Damm	2020
11	Hanne Andreassen Hjelmås Klompelompe: Turstrikk 2 J.M. Stenersens	2022
12	Trond-Viggo Torgersen Kroppen for voksne Frisk	2021
13	Stine Vibe Friluftstrikk til store og små fra Northern Knitting Gyldendal	2020
14	Lars Svensson Gyldendals store fugleguide Gyldendal fakta	2011
15	Tommy Tønsberg Beskjæring i hagen Cappelen Damm	2020

Oversatt sakprosa



NR	FORFATTER/TITTEL	UTGITT
1	Charlie Mackesy Gutten, muldvarpen, reven og hesten Fontini	2020
2	Lars Svensson Fuglesang: 150 norske fuglearter: kompaktutgave Cappelen Damm	2013
3	Eva Robild Dyrking i palekarm Cappelen Damm	2015
4	Sharon Jones Bekjenn og brenn Strawberry Publishing	2022
5	Jane Faerber Keto på 4 uker Memo	2020
6	Frida Ramstedt Håndbok i innredning og styling Pilar	2020
7	Gary Chapman Kjærlighetens fem språk Lunde	1999
8	Jamie Oliver Veggis Gyldendal	2020
9	Andre Strömquist Hagehåndboken et Press	2016
10	Eva Robild Dyrking i drivhus Cappelen Damm	2018
11	Maria Borelius Helserevolusjonen Pilar	2019
12	Johan Norberg Vår utrolige hjerne Cappelen Damm	2018
13	Lennart Stenberg Nordisk feltflora Gyldendal	2010
14	Stephen Hawking Korte svar på store spørsmål Pax	2018
15	Sharon Jones Skriv og brenn Strawberry Publishing	2021

Pocket



NR	FORFATTER/TITTEL	UTGITT
1	Lucinda Riley Den savnede søsteren Cappelen Damm	2022
2	Åsa Larsson Spilt blod Gyldendal	2022
3	Åsa Larsson Solstorm Gyldendal	2022
4	Katrine Engberg Krokodillevokteren Strawberry Publishing	2021
5	Katrine Engberg Blodmåne Strawberry Publishing	2021
6	Thomas Erikson Omgitt av idioter Gyldendal	2018
7	Romy Hausmann Elskede barn Cappelen Damm	2022
8	Katrine Engberg Glassvinge Strawberry Publishing	2021
9	Åsa Larsson Svart sti Gyldendal	2022
10	Jørn Lier Horst Røykteppe Capitana	2020
11	Mark Manson Den edle kunsten å gi f**n Gyldendal	2019
12	Åsa Larsson Et offer til Molok Gyldendal	2022
13	Åsa Larsson Til din vrede går over Gyldendal	2022
14	Peter May Kritikeren Goliat	2020
15	Katrine Wessel-Aas Tilbake til Rosenlyst Pitch 2022	

Norske barnebøker



NR	FORFATTER/TITTEL	UTGITT
1	Malin Falch Portaltreet Egmont Kids Media Nordic	2022
2	Jørn Lier Horst Operasjon Ninja Bonnier	2022
3	Emily Bone Barnas første bildeatlas Gyldendal	2017
4	Lisa Aisato Min første sangbok Gyldendal	2019
5	Lisa Aisato Min første sanglekebok Gyldendal	2021
6	Nina Brochmann Jenteboka Aschehoug	2019
7	Anna Fiske Hvordan begynner man på skolen? Cappelen Damm	2020
8	Lars Mæhle Kjempelekkspruten Kagge	2022
9	Lisa Aisato Min første dyresangbok Gyldendal	2019
10	Victor Sotberg Bare Victor Gyldendal	2020
11	Lars Mæhle Bestevennen Kagge	2020
12	Frode Øverli Frida og jakten på neseharene Egmont Kids Media	2020
13	Kaveh Rashidi Hvorfor vokser det ikke hår på tunga? Cappelen Damm	2022
14	Inger Hagerup Så rart: samlede barneverv Aschehoug	2005
15	Jørn Lier Horst Jakten på Tyven-tyven Gyldendal	2017

Oversatte barnebøker



NR	FORFATTER/TITTEL	UTGITT
1	Camilla Brinck Mysteriet med hullet i veggen Cappelen Damm	2021
2	Anh Do Ninjakid Aschehoug	2019
3	David Walliams Verdens verste lærere Aschehoug	2020
4	Carbone & Gijé Velkommen til Pandoria Gyldendal	2019
5	J.K. Rowling Harry Potter og de vises stein: Illustrert Cappelen Damm	2015
6	Kirsteen Robson Let og finn i jungelen Spektrum	2018
7	Dag Lønsjø Valper på sporet! Vigmostad Bjørke	2022
8	Eric Carle Den lille larven Aldrimett Gyldendal Litteratur	2015
9	Neville Astley Peppas magiske enhjørning Gyldendal	2020
10	Jan Chr. Næss Peppa leker gjemsel Gyldendal	2020
11	Camilla Brinck Jakten på gullosten Cappelen Damm	2021
12	Neville Astley Super-Peppa Gyldendal	2020
13	Kazu Kibuishi Steinvokteren Fontini	2015
14	Sam Taplin Lyder på gården Gyldendal	2019
15	Sam Taplin Lyder i skogen Gyldendal	2020



Valérie Perrins

• **Fransk suksess**
Valérie Perrins Å vanne blomster om kvelden (Cappelen Damm) har vært en av årets store overraskelser så langt. Romanen om Corriere della Sera Violette, som lever sitt stille liv som gravlundsvokter i en landsby i Bourgogne, har truffet både boklesere og anmeldere.



Emil Nyberg

• **Pølsefest på bestselgerlisten**
Øystein «Pølsa» Pettersen valgte å gi ut sin bok Helt konge! på sitt eget forlag Gode dager. Her øser han av sine 20 år i toppidretten for å sirkle inn «Kongemetoden», som handler om følelsen av å lykkes. Helt konge! var Norges mest solgte sakprosabok i første kvartal.



Malin Falch

• **På topp – igjen**
Malin Falch har nærmest gjort det til en vane å toppe bestselgerlisten. Med det avsluttende kapittelet om Sonjas reise til Jotundalen, Portaltreet (Egmont Kids Media), gjør hun det igjen.

Quiz

Kjenner du boken på omslaget?

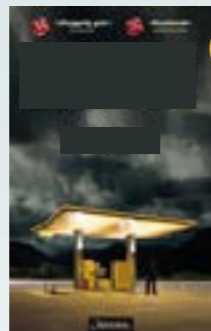
Vi har sladdet forfatter og tittel. Klarer du 12 rette?



1



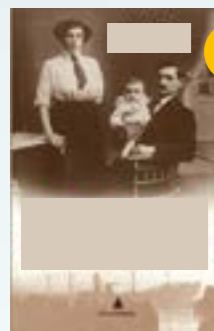
2



3



4



5



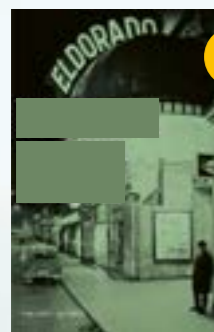
6



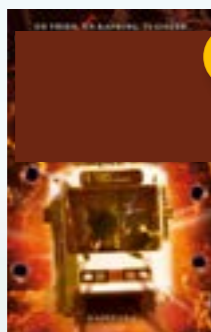
7



8



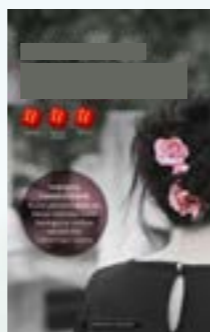
9



10



11



12

Svar:

1. Marie Aubert: Voksne mennesker, 2. Édouard Louis: En kvinnes frigjøring, 3. Jo Nesbø: Kongeriket, 4. Ilja Leonard Pfeijffer: Grand Hotel Europa, 5. Marte Michelet: Den største forbrytelsen, 6. Karl Ove Knausgård: Morgenstjernen, 7. Olga Tokarczuk: Før plogen din over de dødes knokler, 8. Are Kalvø: Hyttebok fra helvete, 9. Espen Haavardsholm: Utfor, 10. Tom Egeland: Falken, 11. Linn Ullmann: De urolige, 12. Valérie Perrin: Å vanne blomster om kvelden

“

Og for en vill leseropplevelse Jana Kippo-trilogien byr på, for et gripende litterært univers, for en total mangel på litterær impuls kontroll og beherskelse.

Bernhard Ellefsen,
Morgenbladet

Hos Karin Smirnoff er livet på landet et fargerikt helvete.

Bjørn Ivar Fyksen,
Klassekampen

Hver karakter balanserer på hver sin private knivs-egg, og språket drar deg igjennom på særdeles suggererende vis.

Oda Faremo Lindholm,
VG



TRILOGIEN OM JANA KIPPO



Kommer
i august

“

... alle tre bøker er like enestående dystre og gode.
Oda Faremo Lindholm, VG

Det er helt sinnsykt å være i dette romanuniverset.
Bernhard Ellefsen, Morgenbladet

