

Blätterwelten
paper worlds

Impressum Imprint

Herausgeber:innen Editors

Johannes Gutenberg-Universität Mainz Obama Institute – Philosophicum II Jakob-Welder-Weg 20 55128 Mainz	Johannes Gutenberg-Universität Mainz American & British Studies An der Hochschule 2 76726 Germersheim
Prof. Dr. Oliver Scheiding, Dr. Sabina Fazli	Prof. Dr. Jutta Ernst, Prof. Dr. Alison E. Martin

Autor:innen Contributors

Irene Brouwer (*It's Freezing in LA!*), Christian Burger (*MC1R*), Jutta Ernst (Zeit & Alltag; *Ladybeard*), Sabina Fazli (Einführung; Print & Digital; *Momma Tried*; *Renk*), Valentinas Iukov (*A Profound Waste of Time*), Yasamin Khalighi (*Rubbish FAMzine*), Franziska Kolling (*Vanguardist*), Miljanaa Lahdenperä (*Benji Knewman*), Alison E. Martin (Sprache; *South London Review of Hand Sanitiser*), Oliver Scheiding (Cover; *Ordinary*), Viktoria Stock (*Faeda*), Sandra Zendel (*Delayed Gratification*), Selina Miltner (Übersetzungen)

Informationen Information

<http://www.transnationalperiodicalcultures.net/paperworlds-blatterwelten/>

Partner Partners

JOHANNES GUTENBERG
UNIVERSITÄT MAINZ



Freunde
der Universität
Mainze.V.

SCHULE DES
SEHENS
MAINZ



magazine [n.]

1580s, "warehouse, place for storing goods, especially military ammunition," from French *magasin* "warehouse, depot, store" (15c.), from Italian *magazzino*, from Arabic *makhazin*, plural of *makhzan* "storehouse" (source of Spanish *almacén* "warehouse, magazine"), from *khazana* "to store up." The original sense is almost obsolete. Meaning "cartridge chamber in a repeating rifle" had emerged by 1868; that of "a case in which a supply of cartridges is carried" by 1892.

The meaning "periodical journal containing miscellaneous writings" dates from the publication of the first one, *Gentleman's Magazine*, in 1731, which was thus called due to its earlier use for printed lists of military stores and information, or in a figurative sense, from the publication being a "storehouse" of information (originally of books, 1630s).

Quelle



VORAB / IN ADVANCE

Inhalt Table of contents

VORAB / IN ADVANCE	6
Vorwort Foreword	8
Einführung Introduction	10
Die Ausstellung The Exhibition	12
PRINT & DIGITAL	14
<i>Momma Tried</i>	16
<i>Rubbish FAMzine</i>	18
<i>Vanguardist</i>	20
<i>A Profound Waste of Time</i>	22
SPRACHE / LANGUAGE	24
<i>It's Freezing in LA!</i>	26
<i>FÆDA / FOOD</i>	28
<i>Benji Knewman</i>	30
COVER	32
<i>Renk</i>	34
<i>MC1R – aus Hamburg für Rothaarige weltweit</i>	36
<i>Ladybeard</i>	38
ZEIT & ALLTAG / TIME & EVERYDAY LIFE	40
<i>Delayed Gratification</i>	42
<i>Ordinary</i>	45
<i>South London Review of Hand Sanitiser</i>	47
ANHANG / APPENDIX	50

Vorwort

Foreword

Trotz der fortschreitenden Digitalisierung der Printmedien erfahren die im Selbstverlag erscheinenden Zines und Indie-Magazine weltweit einen regelrechten Boom. Diese Entwicklung widerspricht der weitläufigen Annahme, dass der zunehmende Online-Konsum das Lesen von Zeitschriften verdrängt. Vielmehr profitieren unabhängige Magazine stark vom Internet oder beeinflussen mit kreativen, auf Visualität und Haptik setzenden Druckdesigns die digitalen Medien. Auch für die kommerziellen Zeitschriften werden sie zum Vorbild, dienen gar als Gradmesser für Innovation.

Die Ausstellung zeigt, dass Indie-Magazine als Imaginationsräume und Ausstellungsorte der Gesellschaft dienen. Dabei eröffnet *Blätterwelten / Paperworlds* den Blick auf eine höchst materialreiche und mitunter aktivistische Veröffentlichungspraxis. Als *walk-by exhibition* konzipiert, illustriert die Ausstellung exemplarisch die vier Bereiche Print & Digital, Sprache, Cover, Zeit & Alltag.

Wir haben das große Glück, von Menschen und Institutionen unterstützt zu werden, die unsere Leidenschaft für dieses Thema teilen. Unser Dank gilt unseren Studierenden, deren Engagement im Rahmen zweier Seminare zur Zeitschriftenforschung einen wesentlichen Anteil an der Auswahl der Ausstellungsobjekte und der Exponatbeschreibungen hatte. Da eine Ausstellung von dem lebt, was sie zeigen kann, möchten wir den Zeitschriftenmacher:innenn für die Abdruckrechte und die Erlaubnis zur Präsentation der Cover danken. Die Kooperation mit der *Schule des Sehens* und der kollegiale Rat der Kolleg:innen, die an der Mainzer Forschungsplattform *Transnational Periodical Cultures* mitwirken, haben uns in die Lage versetzt, dieses Projekt trotz des Ausbruchs der COVID-19-Pandemie zu realisieren. Wir sind Frau Univ.-Prof. Dr. Oy-Marra und Herrn Dr. Schollmeyer dankbar für ihr begeistertes Aufnehmen unseres Themas und Frau Dr. Nicola Pickering für ihre Expertise im Bereich der *Museum Studies*. Dem Team des Servicezentrums für Digitalisierung und Fotodokumentation der Universitätsbibliothek Mainz, besonders Frau Arlt, gehört unser Dank für die Bereitschaft, unser Bildmaterial zu digitalisieren. Für die großzügige Förderung der Ausstellung danken wir der *Schule des Sehens* und der Vereinigung der *Freunde der Universität Mainz e.V.*, dem *Obama Institute for Transnational American Studies* sowie der *Forschungsinitiative Rheinland-Pfalz*. Dem Team von *artefont* und Frau Labs gebührt unser Dank für ihre innovative Gestaltungsideen und die vielen Inspirationen, die uns geholfen haben, das Thema in die Öffentlichkeit zu tragen.

Despite the continual digitization of print media, self-published zines and indie mags are experiencing a real boom worldwide. This development counters the widespread assumption that increasing online consumption is displacing magazine reading. On the contrary, independent magazines benefit greatly from the internet or influence digital media through creative print designs that emphasize their visual and haptic elements. They also set an example for commercial magazines, even serving as a benchmark for innovation.

This exhibition shows that indie mags serve as imaginative spaces and exhibition sites for society. In doing so, *Blätterwelten / Paperworlds* gives us insights into an extremely material-rich and sometimes activist publishing practice. Conceived as a walk-by exhibition, it illustrates by way of example the four areas print & digital, language, cover, and time & everyday life.

We are extremely fortunate to be supported by people and institutions who share our passion for this subject. Our thanks go to our students, whose involvement in two seminars on journal research played a significant role in the selection of the exhibits and the exhibit descriptions. Since the success of an exhibition is dependent upon what it can show, we would like to thank the magazine makers for the printing rights and permission to present the covers. The cooperation with the *Schule des Sehens* and the collegial advice of the colleagues involved in the Mainz research platform *Transnational Periodical Cultures* enabled us to bring this project to completion, despite the outbreak of the COVID-19 pandemic. We are grateful to Professor Oy-Marra and Dr Schollmeyer for enthusiastically endorsing our topic, and to Dr Nicola Pickering for her expertise in Museum Studies. Our thanks also go to the team of the Service Center for Digitization and Photo Documentation of the Mainz University Library, especially Ms Arlt, for their willingness to digitize our image material. For their generous support of the exhibition, we would like to thank the *Schule des Sehens* and the *Freunde der Universität Mainz e.V.*, the *Obama Institute for Transnational American Studies*, and the *Forschungsinitiative Rheinland-Pfalz*. The *artefont* team and Mrs Labs deserve our thanks for their innovative design ideas and their inspirational insights that helped us present the topic to a wider public.

Einführung

Als Alternative zum Mainstream wollen unabhängige Zeitschriften, sogenannte *indie mags*, vieles anders machen. Dies betrifft die Auswahl von Papier, Format, Layout, Organisation, Vertriebswegen und Themen. Die Macher:innen dieser Zeitschriften, also die Personen, die über Inhalte und Aussehen des Magazins entscheiden, treffen auch alle finanziellen Entscheidungen. Anders als bei kommerziellen Titeln werden redaktionelle Entscheidungen bei Indies nicht von ökonomischen Vorgaben diktiert oder von Dritten beeinflusst. Sie wollen finanzielle Unabhängigkeit und redaktionelle Freiheit bewahren. Indies folgen diesem Ideal, eigentlich einer Utopie. In der Praxis sind viele Zeitschriftenprojekte das Unterfangen einer einzelnen Person oder einer kleinen Gruppe. Häufig sind sie finanziell instabil und können nur unregelmäßig und in geringer Auflage erscheinen. Auch wenn sie nicht über dieselben Ressourcen verfügen wie große Mainstreamzeitschriften, haben sie sich dennoch eine eigene Nische im Zeitschriftenmarkt erobert.

Magazine sind inhaltliche und räumliche Speicher. Sie stellen die Zeit dar, in der sie entstehen. Zeitschriftenkultur endet nicht am Kiosk, ganz im Gegenteil – der Boom an Indie-Zeitschriften beginnt in den 2010ern und er hält an. Indies kann man an allen möglichen Orten finden und kaufen, viele Titel muss man suchen, und häufig ist das Internet der einzige Bezugsweg. Im Independent-Bereich treffen außergewöhnliches Design auf unterrepräsentierte Themen und neue Perspektiven. Zum Beispiel verwenden marginalisierte Gruppen Zeitschriften als Sprachrohr für Anliegen, die im Mainstream-Markt keine Plattform finden. Migrantische und sexuelle Minderheiten nutzen Magazine als gemeinschaftsbildende Darstellungsformen. Andere Indies zielen auf alternative Lifestyles, Hobbies, Sport, Mode und Design und verbinden Themen aus diesen Bereichen mit experimentellem Design. Das Alltägliche und Gewöhnliche wird somit Un-gewöhnlich.

Zines sind selbstgemachte Magazine in Kleinstauflage, vom ‚Zinester‘ am Kopierer vervielfältigt oder im Copyshop ausgedruckt und zusammengeheftet. Zines werden getauscht, verschenkt und auf Conventions zum Selbstkostenpreis verkauft. Ihren Ursprung haben sie unter den englischsprachigen Science-Fiction-Fans der 1930er und 1940er Jahre. Diese lasen sogenannte Pulp – billig massenproduzierte Hefte, die Science-Fiction- und Fantasy-Geschichten publizierten. Die Fans dieser Magazine setzten diesen Pro-Zines ihre eigenen Fanzines entgegen, in denen sie die Pulp diskutierten und ihre Inhalte weitersponnen. Am bekanntesten sind aber die Zines der Punkszene. In den 1970ern und 80ern produzierten Punks ihre eigenen Zines, die genauso wie die Musik dem DIY-Ethos folgten: Jede:r kann mitmachen! Punkzines lieferten Informationen zu Bands, Auftritten und Platten, die in der Musikpresse keine Aufmerksamkeit fanden. Layout und Texte waren genauso anarchisch wie die Musik. Auch heute veröffentlichen Zinesters noch ihre selbstgemachten Zines, treffen sich auf kleinen Messen und in Internetforen. Viele Zines, die jetzt entstehen, sind Perzines, *personal zines*. Sie sind in der individuellen Weltsicht und den persönlichen Erfahrungen des:der Zinester verwurzelt.

Introduction

Independent magazines – so-called “indie mags” – offer an alternative to mainstream publishing. They aim to do many things differently. This goes for the choice of paper, format, layout, organization, distribution channels, and the topics addressed. The creators of these magazines – in other words, the people who decide about the contents and look of a magazine – also make all the financial decisions. Unlike commercial titles, editorial decisions regarding indie mags are not dictated by economic targets or influenced by third parties. They seek to maintain financial independence and editorial freedom. Indie mags pursue this ideal or, in fact, utopia. In practice, many journal projects are the brainchild of one single person or of a small group. Often, they are financially precarious and can only appear irregularly and in small print-runs. Although they do not have the same resources at their disposal as the large mainstream magazines, they have still captured a niche in the magazine market.

Magazines are about storage, both in terms of space and content. They represent the time in which they emerge. Magazine culture does not stop at the kiosk. On the contrary, the boom in indie mags began in the 2010s and is still continuing today. Indie mags can be found and purchased in all sorts of places, although you need to search for many titles and often the internet is the only channel through which to procure them. In indie mags, extraordinary design meets underrepresented topics and new perspectives. For example, marginalized groups use magazines as a mouthpiece for concerns which do not find a platform on the mainstream market. Ethnic and sexual minorities use magazines as community-building forms of representation. Other indie mags focus on alternative lifestyles, hobbies, sport, fashion, and design, and combine topics from these areas with experimental design. The everyday and the familiar become defamiliarized.

Zines are home-made magazines that appear in tiny print-runs. They are reproduced by the “zinester” on a copy machine or printed and stapled in a copy-shop. Zines are exchanged, given as presents or sold during conventions at cost price. They have their origins in the anglophone science fiction fan communities of the 1930s and 1940s. These fans read so-called “pulp” – cheap mass-produced issues, which contained sci-fi or fantasy stories. Going beyond pro-zines, professional mass-produced magazines, fans used their own fanzines to discuss the pulps and develop their contents further. The zines from the punk scene are the ones most widely known. In the 1970s and 1980s punks produced their own zines, which, in line with their own music, were produced according to the DIY ethos: “Everyone can join in!” Punkzines published information about those bands, performances, and records ignored by the mainstream music press. The layout and texts were just as anarchic as this music. Today zinesters still publish their own home-made zines, meet at small-scale zine fairs and in internet forums. Many zines now are “perzines”, or personal zines. They are rooted in the individual world view and personal experiences of the zinester.

Die Ausstellung

Die Ausstellung beginnt mit dem Material aus dem Magazine bestehen, das Lesende in der Hand halten: bedrucktes Papier. Indie-Magazine haben kreative Wege gefunden, um dieses Material aufzuwerten. Papier ist mehr als die flache Seite. Gleichzeitig beschäftigen sich Indies mit der Bedeutung digitaler Medien, der Art und Weise wie der Bildschirm unsere Lesegewohnheiten und den Alltag verändert.

Zeitschriften bestehen aus Bild und Text. Ihre Anordnung und Gestaltung auf der Seite bestimmt genauso den Charakter einer Zeitschrift wie ihr Inhalt. Das Cover ist das erste, was ins Auge springt – es weckt unsere Neugier und fungiert als Schaufenster des Magazins. Das Cover eines Magazins soll zum Blättern verleiten und zur Auseinandersetzung mit dem Inhalt.

Alle Magazine sind zeitgebunden: Sie spiegeln wider, was Leser:innen in einem bestimmten Moment bewegt und interessiert, ihren Geschmack und ihre Sehgewohnheiten. Anders als Zeitungen können Zeitschriften auch das Banale und Alltägliche aufnehmen. Sie berichten über Aktuelles genauso wie über Allgemeines, je nachdem, wie oft sie im Jahr erscheinen. Eine Reihe von Indie-Magazinen setzen sich durch ihren Umgang mit ‚Zeit‘ vom Mainstream ab: Manche erscheinen nur alle paar Monate und zelebrieren diesen langsameren Konsum von Inhalten und Nachrichten als *slow journalism* und *slow living*. Andere finden ihre Themen in alltäglichen Gegenständen und Handlungen.

Viele Indie-Magazine erscheinen auf Englisch. Manche werden in zwei oder mehr Sprachen veröffentlicht und verbinden das Lokale mit einer globalen Perspektive. Sie sind ein transnationales Phänomen, ihre Leser:innen und ihre Herausgeber:innen, Designer:innen und Redakteur:innen sind auf der ganzen Welt verteilt, aber online vernetzt. Je exklusiver die Themen, desto eher ist ein Indie-Magazin darauf angewiesen, Leser:innen auf der ganzen Welt zu finden. Für diese virtuelle Leserschaft wird die Zeitschrift zu einem gemeinschaftsbildenden Ort.

The Exhibition

The exhibition opens with the material that magazines are made of and which readers hold in their hands: printed paper. Indie magazines have found creative ways to enhance this material. Paper is more than just the flat, two-dimensional page. At the same time, indie magazines also focus on the significance of new media, and the ways in which screens have changed our reading practices and everyday lives.

Magazines are made up of image and text. The organization and design of the page determines both the character of a journal and its content. The cover is the first thing that catches the eye – it excites our curiosity and offers a window upon the magazine. The cover aims to tempt us to leaf through the pages and engage with the content. All magazines are reflections of their time. They mirror what moves and interests their readers in a particular moment, their tastes and their visual habits. Unlike newsprint, magazines can also include the banal and the everyday. They report on current issues but also general themes, depending on how often they appear. A whole series of indie magazines distance themselves from the mainstream through their handling of the concept of “time”: some only appear every few months and celebrate this slow consumption of contents and news as a form of slow journalism and slow living. Others take as their topics everyday objects and practices.

Many indie magazines appear in English. Some are published in two or more languages and link the local with a global perspective. They are a transnational phenomenon: their readers and publishers, designers and editors are scattered across the globe, but digitally connected. The more exclusive the topics, the more an indie magazine is dependent on finding readers across the world.

PRINT & DIGITAL

MOMMA TRIED
A PROFOUND WASTE OF TIME
RUBBISH FAMZINE
VANGARDIST

Als in den 1990er Jahren in den westlichen Ländern immer mehr Menschen zu Internetnutzer:innen wurden, verloren Zeitschriften ihre Leser:innen. Es ist einfacher, sich online zu informieren – der Gang zum Kiosk und zum Altpapier entfällt, Webseiten werden ständig aktualisiert und sind oft kostenlos. „Print is dead“ heißt es seitdem. In der Nische der Indie-Magazine verlief die Entwicklung aber gegenläufig: Die Digitalisierung machte es leichter und günstiger, Magazine in kleiner Auflage herzustellen. Und je mehr Computer und Smartphones Teil des Alltags wurden, desto mehr sehnten sich ihre Nutzer:innen nach einer Auszeit: Papier statt Bildschirm, blättern statt scrollen und der Sound von Papier statt des Lüfters. Diesen Trend nahmen zuerst die Indie-Magazine auf. Sie zeigen, was Papier alles (sein) kann.

As more and more people in the West became users of the internet in the 1990s, magazines lost their readership. It is easier to find information online – there is no need to go to the kiosk or the paper recycling bin, webpages are constantly updated and are often free to access. “Print is Dead” has since become the motto. In the niche market occupied by indie magazines, the trend went the other way: digitization made it easier and cheaper to produce magazines in a smaller print-run. As computers and smartphones increasingly became integrated into everyday life, their users became hungrier for digital downtime: paper instead of a screen, turning pages rather than scrolling, and the sound of paper instead of the computer’s ventilator. This trend was first embraced by indie magazines. They demonstrate what paper is and what it can do.



MOMMA TRIED

Momma Tried ist ein unabhängiges Künstlermagazin aus New Orleans. Es druckt und berichtet über Kunst sowie Lyrik und Kurzgeschichten. Sein Layout spielt auf ältere Zeitschriften aus der Hochzeit der Magazinbranche an, wie den *Playboy*. Bis jetzt sind in unregelmäßigen Abständen drei Ausgaben von *Momma Tried* erschienen. Die erste kam 2013, die letzte hier ausgestellte 2018 heraus. In diesem Heft beschäftigen sich die Herausgeber:innen Theo Eliezer und Micah Learned mit der Beziehung zwischen Print- und digitalen Medien. Print-Magazine, so heißt es häufig, würden früher oder später verschwinden, da sie mit dem Internet nicht mithalten können. Als Erwiderung auf diese Behauptung haben Eliezer und Learned ein hybrides Magazin geschaffen. Die dritte Ausgabe von *Momma Tried* kann man als normales Print-Magazin lesen oder zusammen mit einer App, Program Synthesis. Wenn man die Seiten der Zeitschrift durch die App und Handykamera betrachtet, so fangen Bilder an sich zu bewegen und die Seiten werden durch Geräusche und Musik ergänzt. Eliezer und Learned nennen dieses Heft einen „Cyborg“, da die Lektüre verschiedene Medien zusammenführt. *Momma Tried* enthält nicht nur Artikel über Kunst, sondern wird selbst zu einem Kunstwerk. Eliezer und Learned sprechen von einer „ortsspezifischen Installation, [...] die die Form und Bedeutung eines Magazins aufführt“.

Momma Tried is an independently published artists' magazine from New Orleans. It features art and art criticism, poetry, and short fiction. Its layout evokes magazines from the classic 'Golden Age' of magazine publishing in the 1960s and 70s, like *Playboy*. Up to now, three issues of *Momma Tried* have been published at irregular intervals. The first one came out in 2013 and the last number shown here appeared in 2018. In this issue, the editors, Theo Eliezer and Micah Learned, explore the relationship between print and digital media. Many people believe that print magazines will sooner or later vanish because they cannot compete with the internet. In response to this prediction, Eliezer and Learned have created a hybrid magazine. *Momma Tried's* third issue can be read as a paper magazine or in conjunction with an app, called Program Synthesis. Viewed through the app and a mobile phone's camera, the magazine's pages are animated and accompanied by sounds and music. Eliezer and Learned have called their magazine a "cyborg" because reading it combines very different media. *Momma Tried* not only talks about art but becomes a piece of art. Eliezer and Learned call it a "site-specific installation, [...] enacting the form and message of *magazine*".



RUBBISH FAMZINE

Ein handgemachtes Familienzine hat kaum eine Chance, wahrgenommen, geschweige denn gelesen zu werden. Doch das *Rubbish FAMzine* wurde nicht nur gesehen und gelesen, sondern auch mit Preisen für sein beeindruckendes Design ausgezeichnet. Diese Erfolge sind das Ergebnis der Kreativität von Familie Lim, bestehend aus Pann und Claire, den Eltern, und Aira und Renn, den Kindern. Jede Ausgabe des kleinauflägigen Magazins variiert erheblich in Bezug auf Verpackung, Farbkomposition, Themen und visuelles Geschichtenerzählen. Inspiriert von der Ästhetik der alten Hefte besteht die zweite Ausgabe aus fünf bunten, unterschiedlich großen Zines, die zusammengefädelt und in einem handverwitterten Ordnerdesign untergebracht sind. Die erste Ausgabe wurde in einem schwarzen Müllsack veröffentlicht, die dritte in einer ramponierten Keksdose. Der neunten Ausgabe liegt außerdem ein handtellergroßes Geschenk bei: ein Holzstuhl-Bausatz zum Zusammenbauen. Menschliche Emotionen strömen aus jeder Zeile dieses Zines – vom 50. Geburtstag von Claires Eltern (Ausgabe 2) bis zum Lieblingsstuhl der Familie (Ausgabe 9). Das Familienzine wird halbjährlich vom Art Collective Holycrap in Singapur herausgegeben und ist ein Ort, um die Erfahrungen der Familie Lim zu teilen. Die Lims haben gezeigt, wie einfach es ist, sich persönlich und familiär auszudrücken, und ziehen damit seit 2013 ein globales Publikum an.

A handmade family zine barely stands the chance of being noticed, let alone being read. Yet, *Rubbish FAMzine* has not only been seen and read, but it has also won awards for its impressive design. These successes are the result of the Lim family's creativity, comprising Pann and Claire, the parents, Aira and Renn, the children. Each issue of this small-run magazine varies significantly in terms of packaging, color composition, themes, and visual storytelling. Inspired by the old booklets' aesthetic, the second issue consists of five colorful, different-sized zines sewn together and housed within a hand-weathered folder design. The first issue was published in a black garbage bag, and the third in a battered biscuit tin. A palm-sized gift also accompanies the ninth issue: a wooden chair kit to be pieced together. Human emotions emanate from every line of this zine, from the 50th anniversary of Claire's parents (Issue 2) to the family's love of chairs (Issue 9). This friendly zine is published biannually by Art Collective Holycrap in Singapore and is a place to share the Lim family's experiences. The Lims have shown how easy personal and family expression is, thereby attracting a global audience since 2013.

VANGARDIST

PROGRESSIVE MEN'S MAGAZINE

THIS MAGAZINE
HAS BEEN PRINTED
WITH THE BLOOD OF

HIV+

PEOPLE



NOW THE ISSUE IS IN YOUR HANDS

VANGARDIST

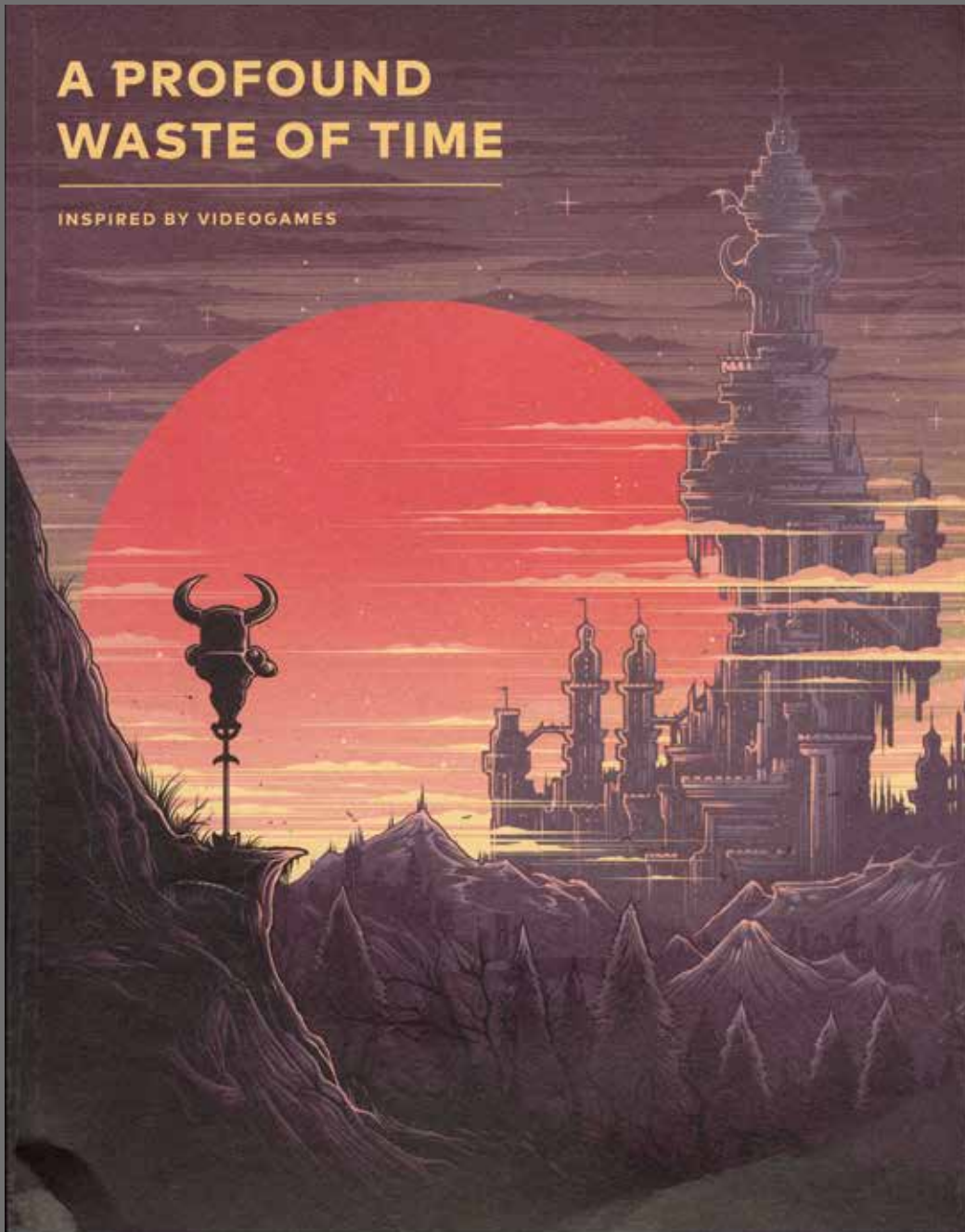
Es liegt nahe, dass ein Männermagazin für Homosexuelle die Themen HIV und Aids ‚berührt‘. Das *Vanguardist*-Magazin wollte sichergehen, dass heutzutage darauf aufmerksam gemacht wird, dass eine Infektion mit HIV weiterhin eine der zehn weltweiten Gründe für frühzeitige Todesfälle ist. Um dies zu erreichen, druckte das Magazin 3000 Exemplare der Herbstausgabe von 2015 mit einer Mischung aus Druckfarbe und HIV-infiziertem Blut.

Das Blut, mit dem jede einzelne Seite der Ausgabe gedruckt ist, wurde jeweils von einem homosexuellen Mann, einem heterosexuellen Mann und einer Mutter gespendet, wobei zwei der Spender nicht dem typischen Stereotyp entsprechen. Aufgrund rechtlicher Auflagen musste das Magazin für den Verkauf in Plastik versiegelt werden. *Vanguardist* nutzte dies, um die eigene Botschaft zu unterstreichen und den Leser zu fragen: *Wirst du diese Ausgabe in der sicheren Verpackung lassen oder brichst du das Stigma, indem du sie auspackst?* Die Ausgabe verfolgt somit das Ziel, Vorurteile und Ängste abzubauen: Es ist vollkommen sicher, die Seiten des Magazins zu berühren – ebenso wie der Kontakt oder die Berührung mit einer HIV-infizierten Person kein Risiko darstellt.

It is not far-fetched to ‘touch’ on the topic of HIV and Aids in a magazine for gay men. *Vanguardist* wanted to ensure people know that HIV is still among the ten leading causes of death in the world. With this in mind, the magazine printed 3000 copies of their Fall 2015 issue with ink mixed with HIV-infected blood. The blood they used to print every single page of the edition comes from three different people, a gay man, a heterosexual man, and a mother, two of them not fitting the typical stereotype. Due to legal restrictions, the magazine had to be sealed in plastic for distribution, warning the reader of what is inside. *Vanguardist* simply used the re-sealable wrapper to support their message: *Will you keep the special HIV issue inside the plastic where it is safe or do you break the stigma by opening it up?* The edition ultimately tries to overcome and reduce fears and prejudices: there is no risk in touching the printed pages – as there is also no risk in touching people with HIV.

A PROFOUND WASTE OF TIME

INSPIRED BY VIDEOGAMES



A PROFOUND WASTE OF TIME

A Profound Waste of Time (APWoT) ist ein Videospieldmagazin aus London. Es startete 2014 als ein Fanzine mit 20 und 50 Seiten. Online wurde ihm großes Interesse zuteil und dies war der Ursprung der Idee, ein komplettes Magazin zu entwickeln. Die Erstausgabe von *APWoT* wurde mithilfe von Kickstarter und individuellen Vorbestellungen auf der Website finanziert. 2018 erfolgte die Erstveröffentlichung und das Heft erhielt gute Kritiken. Jede Ausgabe zelebriert Videospiele als eine Kunstform und spielt mit ihrem Medium. Durch die angebotene Auswahl an progressiven Artikeln und Kunst strebt *APWoT* eine Neudefinition dessen an, was ein greifbares Videospieldmagazin sein kann. Ein Artikel mit dem Titel „Under the Armour“ verbirgt ein kleines Beiheft über den Spieleentwickler *Yacht Club*. Die Seiten des Magazins umschließen das Beiheft wie eine metaphorische Rüstung. Der ausklappbare Bereich des Videospieles *Downwell* ahmt die vertikale Ausrichtung des Spiels nach und stellt den Leser:innen eine Spielanleitung zur Verfügung. In *APWoT* ist sogar ein kleines Detail aus Videospiele zu finden wie die Benachrichtigung der Pausierung während eines Spiels auf dem Bildschirm, um eine ‚Pause‘ vom Lesen vorzuschlagen. Das Magazin zeigt, wie viel Kunst in Videospiele steckt, und dass sie keine, wie sein Name andeutet, völlige Zeitverschwendung sind.

A Profound Waste of Time (APWoT) is a video game magazine from London. In 2014, it started as a fanzine with 20 and 50 pages. The fanzine gained a lot of interest online and gave birth to the idea of a fully-fledged magazine. The debut issue of *APWoT* was financed through Kickstarter as well as individual pre-orders on the website. It was released in 2018 and earned critical acclaim. Each issue celebrates video games as an art form, and it plays with its medium. In offering a collection of progressive writing and artwork, *APWoT* seeks to redefine what a physical video game magazine can be. An article called “Under the Armour” hides a mini-booklet about game developer *Yacht Club* as the magazine’s pages become this metaphorical armor for the booklet. The *Downwell* game’s fold-out section mimics the vertical orientation of the game and provides the reader with a game tutorial. *APWoT* includes even a small detail from games like the “pause screen” message to suggest that you take a break from reading. The magazine shows how games can be art, not a profound waste of time.

SPRACHE / LANGUAGE

IT'S FREEZING IN LA!

FÆDA / FOOD

BENJI KNEWMAN

In unserer globalisierten Welt ist die Mehrsprachigkeit allgegenwärtig. Übersetzung spielt eine wesentliche Rolle darin, die Verbreitung von Magazinen an ein breiteres Publikum zu fördern. Redaktionen gehen heute davon aus, dass ihre Hauptthemen Problematiken beinhalten, die eine größere Leserschaft interessiert und die sich somit erfolgreich über sprachliche und kulturelle Grenzen hinweg verbreiten lassen. Unabhängige Magazine sind oft englischsprachige Publikationen, die darauf abzielen, einen globalen Markt von Leser:innen zu erreichen, die meist Englisch als zweite oder dritte Sprache haben. Sie wenden immer häufiger Übersetzung an, um ihren Leser:innen einen Einblick in typische lokale Besonderheiten anderer Länder und Kulturen zu geben. Manche dienen sogar als Sprachrohr für Menschen aus Gemeinschaften, die aufgrund ihrer Sprache selten gehört werden, da andere Sprachen und Diskurse in der Mainstreampresse sehr viel dominanter sind. Allgemein gesagt: Indie-Magazine verwenden Englisch als *Lingua Franca*, um supranationale Gemeinschaften aus Leser:innen zusammenzubringen, die auf Englisch die verschiedensten Themenbereiche wie Kochen, Mode, Architektur, Videospiele und die Klimaerwärmung besprechen.

In our globalized world, multilingualism is omnipresent. Translation plays a fundamental role in enabling magazines to circulate to wider audiences. Editorial boards now work on the premise that their core material contains issues of interest to a broader readership that will therefore circulate successfully beyond linguistic and cultural borders. Independent magazines tend to be anglophone publications aimed at reaching a global market of readers who often have English as their second or third language. Increasingly, they use translation to give their readers insight into specific local characteristics from other countries and cultures. Some also give a voice to people from communities that are rarely heard because other languages and discourses are much more dominant in the mainstream press. More generally, indie magazines use English as a *lingua franca* to bring supranational communities of readers together, who use it to discuss topics as diverse as cooking, fashion, architecture, gaming, and global warming.

ISSN 2515-7257



Dec 2019

£7

Issue 4

It's Freezing in LA!

An independent magazine about climate change

IT'S FREEZING IN LA!

It's Freezing in LA! (IFLA!) ist eine Zeitschrift über den Klimawandel. Die in London ansässige, halbjährlich erscheinende Publikation wurde 2018 gegründet. Ihr ungewöhnlicher Titel basiert auf einem Tweet des ehemaligen US-Präsidenten Trump, in dem dieser behauptete, der Klimawandel sei ein Schwindel. Die Artikel konzentrieren sich nicht nur auf Wissenschaft oder Umweltschutz. Sie umfassen ein breites Spektrum von Themen, die mit dem Klimawandel in Zusammenhang stehen, wie Geschichte, Literatur und Kunst.

Indem *IFLA!* eine breite Perspektive auf den Klimawandel bietet, möchte das Magazin seinen Lesern die komplexen Umweltprobleme, mit denen sich die Menschheit konfrontiert sieht, näherbringen. Die Ersteller von *IFLA!* sind für die Sprache sensibilisiert, weil das Magazin für ein breites Publikum zugänglich sein sollte. Sie versuchen, ein Gleichgewicht zwischen der komplexen, technischen Sprache der Wissenschaft und der aggressiveren Sprache des Aktivismus zu finden.

Die grafische Gestaltung des Magazins macht jede Ausgabe zu einem visuell eindrucksvollen Objekt. Es wird viel Wert auf Details gelegt, zum Beispiel bei den Illustrationen, der Schriftart und der Titelseite, deren Design in der Zeitschrift immer wieder auftaucht. Für die Titelseiten werden reale Daten zum Klimawandel verwendet, die mit dem großen, provokativen Titel der Zeitschrift stets um die Aufmerksamkeit der Leser:innen zu ringen scheinen.

It's Freezing in LA! (IFLA!) is a magazine about climate change. This London-based, biannual publication was founded in 2018. Its interesting title is based on a tweet by former U.S. president Trump, claiming climate change to be a hoax. The articles in the magazine do not just focus on science or environmentalism. They can be about a wide range of topics in relation to climate change, such as history, literature, and art. By offering different perspectives on climate change, *IFLA!* wants to contribute to unravelling the complex environmental issues that humanity is facing. The creators of *IFLA!* are conscious of the language they use because the magazine should be accessible to a wide audience. They try to find a balance between the remote, technical language of science and the more aggressive language of activism.

The graphic design of the magazine makes each issue a striking visual artefact in itself. Attention is paid to detail, for example in the illustrations, the font, and the title page, whose design recurs throughout the magazine. The designs for the front pages use real data on climate change that always seem to want to overpower the magazine's large, provocative title.

I bodi náttúrunnar
FÆÐA | FOOD

A LITTLE TASTE OF ICELAND



FÆÐA / FOOD

FÆÐA / FOOD ist ein Independent-Magazin über isländische Küche und Kultur. Seit 2016 wird es von der umweltbewussten Lifestyle-Publikation *I bodi náttúrunnar* aus Reykjavik herausgebracht. Das bilinguale Magazin enthält Beiträge in isländischer und englischer Sprache. Diese Ausgabe beinhaltet Rubriken wie Heritage (Erbe), Bread (Brot), People (Menschen) und Taste (Geschmack). Das Magazin bittet die Leser:innen zu Tisch und serviert traditionelle isländische Gerichte wie einen fragwürdig riechenden Fisch. Es werden aber auch Neuinterpretationen von in Vergessenheit geratenen Lebensmitteln wie Seetang zubereitet. Kunstvolle Fotografien, die die Vielfalt der isländischen Küche, der Landschaft und der Bewohner zeigen, begleiten die Artikel.

In Indie-Magazinen gibt es selten Werbung. Die von *FÆÐA* gezeigte Werbung spannt allerdings eine Brücke zur isländischen Kultur.

Restaurant- und Barempfehlungen laden nationale und internationale Gäste ein, die authentische Küche auszuprobieren. Charismatische Menschen berichten in Interviews darüber, was die isländische Küche für sie bedeutet. Um das Interesse internationaler Foodies zu wecken, bietet *FÆÐA* englische Übersetzungen der Artikel im Magazin an.

Hier sind zwei Arten der Übersetzung am Werk: Die Rezepte werden vom Isländischen ins Englische übersetzt. Außerdem wechseln sie die Form des Mediums von Print zu Online-Publikationen auf icelandicfood.is.

FÆÐA / FOOD is an independent magazine about Icelandic food and culture. Since 2016 it has been published annually by the green lifestyle publication *I bodi náttúrunnar* (By Nature) based in Reykjavik. The bilingual magazine contains articles in Icelandic and English. This issue includes sections on Heritage, Bread, People, and Taste. The magazine invites readers to the table and serves traditional dishes such as a dubious smelling fish. But reinterpretations of forgotten foods such as seaweed are also presented. Artistic photographs show the diversity of Icelandic cuisine. Scenic landscapes and portraits of eco-aware people accompany the articles.

Advertisements are rare in indie magazines. But the ones *FÆÐA* includes build a bridge to Icelandic culture. Restaurant and bar recommendations invite readers to try the authentic Icelandic food they have read about. In interviews, charismatic practitioners describe what Icelandic cuisine means to them. To catch the interest of international foodies, *FÆÐA* includes English translations of the articles in the magazine. Two types of translation are at work here: the recipes are translated from Icelandic to English. They also change their form of medium from printed on paper to online publications at icelandicfood.is.

MADE IN RIGA

CURATED FOR THE WORLD

Benji
Knewman

I DON'T
KNOW
ANYTHING
USEFUL

Life that you can read
volume 9

BENJI KNEWMAN

Benji Knewman ist eine bilinguale Publikation auf Englisch und Lettisch. Sie erzählt Geschichten aus Riga, der Hauptstadt Lettlands. Ihre Herausgeber schufen den fiktiven Benji Knewman, der die Heimatstadt seines Großvaters erkundet und dessen Muttersprache Lettisch entdeckt. Benji erzählt Geschichten von echten Menschen mit unterschiedlichen Berufen, Lebensweisen und Wohnorten. Er versucht zu beweisen, dass man nicht der Norm entsprechen muss, um ein gutes Leben zu führen. Der Text auf dem Einband „Made in Riga, Curated for the World“ offenbart die Mission von *Benji Knewman*, der Welt Geschichten aus Lettland zugänglich zu machen. Manche der Geschichten sind auch auf Russisch. Sie ist eine politisch wichtige Sprache in Lettland. Das Magazin untersucht zudem, was die Menschen davon abhält, eigene Überlegungen anzustellen, und ermutigt, das Lesen als eine Form des Protestes anzusehen. *Benji Knewman* ist mehr ein Bookazine als ein konventionelles Magazin. Es hebt bestimmte Aspekte mittels Designs und typografischer Gestaltung hervor. Das Design verschafft dem Magazin eine ansprechende Hülle. Der außergewöhnliche Buchrücken vermittelt den Leser:innen das Gefühl, etwas Besonderes in den Händen zu halten. Das Bookazine wird in einem speziellen Laden und einigen Buchhandlungen in Riga verkauft. Es ist auch online und in Geschäften in vielen anderen Ländern erhältlich. Die Redakteure haben ihr Ziel erreicht, denn das Magazin befindet sich in Reichweite. Weitere *Benji Knewman*-Artikel wie Shirts und Armbänder sind ebenfalls online verfügbar.

Benji Knewman is a bilingual publication in English and Latvian. It tells stories of Riga, the Latvian capital. The editors created a fictional character, Benji Knewman, to explore the city of his grandfather and his native Latvian language. He tells stories of genuine people of various professions, lifestyles, and geographical locations. He tries to prove that you don't have to be conventional to have a good life. The cover text "Made in Riga, Curated for the World" shows their mission of telling stories of Latvia to the world. Some stories are also in Russian, which is a politically important language in Latvia. The magazine also explores what causes people's inability to think. *Benji Knewman* encourages people to read as a form of protest. *Benji Knewman* is a bookazine rather than a conventional magazine. The bookazine highlights specific ideas through design and typographical choices. Design creates a captivating outlook for the magazine. The unusual spine makes the reader feel like they are holding something special. The bookazine sells in a special shop and a few bookstores in Riga. It is available online as well as in stores in many countries. They have achieved their goal, as the magazine is within reach. Other *Benji Knewman* products, such as shirts and bracelets, are also available online.

Mit dem Aufstieg der Zeitschriften zum Massenmedium im 20. Jahrhundert rückte das Cover als ausdrucksstarkes Gesicht der Zeitschrift in den Vordergrund. Für das Gros der Publikumszeitschriften gilt noch heute die Regel, dass die Titelseite so plakativ gestaltet sein sollte, dass diese sowohl Verkaufsargumente liefert als auch Neugier erweckt für die Inhalte. Gegen den Überfluss von Titelseiten am Kiosk mit ihrer optisch-inhaltlichen Aufforderung zum „Kauf mich!“ setzen Magazine abseits des Mainstreams auf eine kreative Gestaltung aus Fotografie, Illustration, Typografie und Farbigkeit. Indie-Magazine inszenieren ein innovatives Spiel aus Wort und Bild, um ihre Botschaften auf Papier zu vermitteln. Entgegen dem Trend zum Wegscrollen und Wegklicken setzt das Indie-Cover auf Überraschung, so dass man das Magazin nicht weglegt, sondern in der Hand hält und reinblättert. Es lädt ein, über unsere Gesellschaft und unser Leben zu reflektieren und macht Indies zu nachhaltigen Zeitdokumenten.

With the growth of magazines to a mass medium in the 20th century, the cover increasingly came to embody the expressive face of the magazine. For the large majority of today's general magazines, the rule of thumb is still that the cover should be as striking as possible, both as a selling device and a way to evoke curiosity about the content. In contrast to the abundance of covers at the kiosk with their visual and content-related cries to "Buy me!", the magazines outside of the mainstream place their focus on creative design aspects, working with photography, illustration, typography, and use of color. Indie magazines orchestrate an innovative play of word and image, to convey their messages on paper. Countering the trend towards scrolling past or clicking away, the indie cover uses the element of surprise to ensure that readers do not lay the magazine aside but continue to hold and leaf through it. It invites us to reflect on our society and our life and makes of indie magazines lasting documents of their time.

KUNST UND KULTUR AN DER
SCHNITTSTELLE DEUTSCH-TÜRKISCH
LE

€12,50

renk.

Renk ist ein deutsch-türkisches Magazin aus Berlin. Es widmet sich der Kultur der türkischen Diaspora in Deutschland, kulturellen Vorurteilen und Missverständnissen und den Problemen innerhalb der türkischen Community. Der Titel, *Renk*, bedeutet auf türkisch „Farbe“. Er spielt auf die Hautfarbe an, den offensichtlichsten Marker für „Fremdheit“ und den englischsprachigen Ausdruck *POC*, *Person* oder *People of Color*, für Menschen, die wegen ihrer Hautfarbe von Rassismus betroffen sind. Hier ausgestellt ist die zweite Nummer des Magazins, betitelt mit *ikki*, türkisch für „zwei“: Und dies ist auch das Thema des Hefts. Es geht um Doppelungen, Doppelleben, Doppelstandards und andere Zwei-heiten. Dieses Thema ist schon auf dem ungewöhnlichen Cover sichtbar: Die Leser:innen sehen darin ihr Spiegelbild. Sie erscheinen selbst auf dem Cover des Magazins. Einerseits werden sie damit teil der Geschichten und Bilder zu „Doppelungen“. Andererseits macht das spiegelnde Cover uns darauf aufmerksam, wie einheitlich viele Magazintitel aussehen. Die Stars und Models sind zumeist weiß, blond und schlank. Mit dem Cover von *Renks Ikki*-Ausgabe werden wir alle zu Coverstars.

RENK

Renk is a Berlin-based German-Turkish magazine. It focuses on the culture of the Turkish diaspora in Germany, cultural prejudices and misunderstandings, and problems within the Turkish community. The title, *Renk*, means “color” in Turkish. It alludes to skin color, to the most obvious indicator of foreignness and the English term POC; “person of color”, used for people who experience racism on these grounds. The edition presented here is the second issue of the magazine, bearing the title “*ikki*”, Turkish for “two”. And that is also the theme of the issue. Doublings, double lives, double standards and other two-nesses. We can already see this on the unusual cover: readers are presented with their own image in its mirrored surface. So they themselves appear on the magazine’s cover. They become part of the histories and images of the “doublings”, but the mirrored cover also draws our attention to how uniform many magazine covers otherwise are. The stars and models are mostly white, blonde, and slim. The cover to the *Ikki* issue of *Renk* makes all of us cover stars.



MC1R – AUS HAMBURG FÜR ROTHHAARIGE WELTWEIT

Wer von Natur aus rote Haare hat, gehört zu einer genetisch zufälligen Gemeinschaft. An sie wendet sich *MC1R*, das weltweit einzige Indie-Magazin für Rothhaarige.

Darin dreht sich alles um die Schönheit roter Haare. Es verbindet rothaarige Menschen und stellt ihre künstlerische Vielfalt sowie ihr Leben in den Mittelpunkt. Tristan Rodgers gründete 2013 dieses jährlich erscheinende Special-Interest-Magazin. Es ist gleichzeitig ein Sammelbecken und Sprachrohr für Rothhaarigkeit.

Jede Ausgabe beleuchtet verschiedene Aspekte des Lebens aus der Sicht von Rothhaarigen. Häufige Themen sind: Menschen, Kultur, Design, Musik und Fotografie. Der gestalterische Fokus liegt auf visueller Wahrnehmung. Seitenfüllende professionelle Fotos entdecken Rothhaarigkeit auf vielfältige Weise. Meistens zielt die Nahaufnahme eines rothaarigen Menschen das Cover. Die Farbe Rot beherrscht die Magazinseiten in all ihren Varianten von braun bis orange. Kontrastreiche Farben wie Schwarz und Weiß helfen dabei Rot als Leitmotiv hervorzuheben. Das

Magazin umfasst bis zu 160 Seiten und hat derzeit eine Auflage von etwa 4.500 Exemplaren. Doch warum heißt das Magazin *MC1R*? Der Name bezieht sich auf das Protein *MC1R*, auch „Ginger-Gen“ genannt.

Es beeinflusst die Haarfarbe.

To be a natural redhead means to belong to a community built by genetic chance. In 2013 Tristan Rodgers created the first and only redheads magazine worldwide: *MC1R*. As a special interest magazine, it focuses on the beauty of red hair. It aims at connecting the redhead community and exploring its artistic creativity. The magazine is a cornucopia of redhead achievements and a mouthpiece for their visibility. Each issue highlights various aspects related to red hair. Go-to topics are: people, culture, design, music, and photography. The focus on visual perception is strong. Large professional photographs center red hair in various ways. The cover usually shows a close-up picture of a person with red hair. Throughout the magazine all shades of the color red dominate the spreads. Contrasting colors such as black or white reinforce its presence, too. Published once a year, the indie magazine with up to 160 pages has a current circulation of 4,500 copies. But why is the magazine called *MC1R*? The name is a reference to the so called “ginger gene” - the eponymous *MC1R* protein influences hair color.



Beauty

Ladybeard

LADYBEARD

Die britische Zeitschrift *Ladybeard* (Damenbart) dient als Plattform für neue, experimentelle Perspektiven auf Menschen und ihre Lebensgeschichten. Diese Beauty-Nummer aus dem Jahr 2018 bietet ungewöhnliche Blicke auf den menschlichen Körper. Was sehen wir auf dem Einband? Dass es sich um eine Fotografie von Haut handelt, ist leicht zu erkennen, aber welcher Körperteil ist abgebildet? Erst wenn wir Vorder- und Rückseite des Covers aufklappen, ahnen wir es. Diese Zeitschriftennummer ist mit einem alternativen Einband erhältlich, der in Großaufnahme die roten Lippen einer älteren Frau zeigt.

Die modern wirkende, schlichte Schrift und ihre neonartige Farbe bilden einen starken Kontrast zu der faltigen Haut. Beim Blättern berühren wir das glatte, beschichtete Papier des Einbands. Es zeigt nicht nur Haut, sondern fühlt sich auch hautähnlich an. Die Zeitschrift wird zu einem Körper, mit dem die Lesenden Kontakt aufnehmen. Über die Körperöffnungen auf dem Cover wird sogar der Eindruck erweckt, dass wir beim Lesen in einen (Text- und Bild-) Körper eindringen. Gleichzeitig wird der nackte Mensch in seiner Alltäglichkeit zum Kunstwerk. *Ladybeard* fragt uns: Was ist Normalität? Was ist Schönheit?

The British magazine *Ladybeard* serves as a platform for new, experimental perspectives on human beings and their life stories. This beauty issue, published in 2018, offers unusual views of the human body. What do we see on the cover? That it is a photograph of skin is easily discernable, but which body part is represented? Only when we fold out the front and back page of the cover do we get a first idea. This magazine issue is available with an alternative cover, which shows the red lips of an elderly lady in close-up. The modern, simple type with its neon color forms a stark contrast to the wrinkled skin. When we leaf through the issue, we touch the smooth, coated paper of the cover. It not only displays skin, it also feels like skin. The magazine becomes a body with which its readers establish contact. Given the body openings on the cover, we even get the impression that as readers we enter a (textual and visual) body. At the same time, the naked human being in its everydayness is turned into a work of art. *Ladybeard* asks us: What is normality? What is beauty?

ZEIT & ALLTAG / TIME & EVERYDAY LIFE

Mit ihrem regelmäßigen Erscheinen als Wochen-, Monats- oder Vierteljahrsschrift trägt eine Zeitschrift dazu bei, den Alltag ihrer Leser:innen zu strukturieren. Sie warten oft mit Freude auf die nächste Ausgabe und genießen den Moment, in dem sie die neue Nummer am Kiosk kaufen oder per Post erhalten. Verkaufsfördernd ist in der Regel die enge Beziehung eines Magazins zur Gegenwart: Es handelt von zeitgenössischen Themen, sei es aus dem Bereich des Sports, der Musik oder der Politik. *Indie mags* gehen oft innovativ mit den allgemeinen Merkmalen Periodizität und Zeitlichkeit um. So erscheinen sie nur zwei Mal im Jahr oder in unregelmäßigen Abständen. Darüber hinaus tendieren sie dazu, das Unspektakuläre, Alltägliche oder Vergessene auszustellen. Auf diese Weise versuchen sie, unserem kurzlebigen Interesse am Sensationellen entgegenzuwirken und alternative Einstellungen und Lebensstile zu entwerfen. Die COVID-19-Pandemie hat diesem Trend eine interessante neue Wendung gegeben.

DELAYED GRATIFICATION
ORDINARY
SOUTH LONDON REVIEW OF
HAND SANITISER

With its regular appearance as a weekly, monthly, or quarterly, a magazine helps to structure its readers' daily lives. They often await with glee the next issue, cherishing the moment when they buy the new number at a newsstand or receive it in their mail. A major selling point is usually the magazine's close relation to the present: it deals with current issues, be it from the realm of sports, music, or politics. Indie mags often apply the general features of periodicity and timeliness in innovative ways. Thus, they appear just two times a year or at irregular intervals. Moreover, they tend to present the uneventful, the mundane, or the neglected. In doing so, they try to counter our short-lived interest in the sensational, offering alternative mindsets and lifestyles. The COVID-19 pandemic has given this trend an interesting new twist.

Delayed Gratification



© Copyright 2015, Hanna Pablik



DELAYED GRATIFICATION

“Last to Breaking News” – das ist der Slogan von *Delayed Gratification*. Seit 2011 deckt das Nachrichtenmagazin aus London das Geschehen der vergangenen drei Monate ab. Es repräsentiert dabei den *slow journalism* wie kein anderes. Lange Artikel, Fotoreportagen und lebhaft Info- grafiken – sie analysieren die wichtigsten Geschehnisse der jeweiligen Zeitspanne. Als Rebellion gegen die Kurzlebigkeit der sozialen Netzwerke stellt das Magazin Schnelligkeit hinten an. Was zählt, sind Fakten. Präzision, Tiefe und Kontext: Das sind die Werte, denen es sich verschrieben hat. Auf der Suche nach den Langzeitfolgen einer Geschichte baut *Delayed Gratification* auf das Leseabenteuer: Das Magazin berücksichtigt Haptik und Geruch wie auch das Engagement seiner Community. Kunstwerke internationaler Künstler zieren regelmäßig die Titelblätter und machen sie so zu Sammlerstücken. Daher bestehen die Macher:innen darauf, hochwertige Printprodukte zu drucken – denn auch die Ausgaben selbst sollen lange leben.

“Last to Breaking News” – this is the slogan of *Delayed Gratification*. Since 2011, it has covered the events of the previous three months. The London-based news magazine represents slow journalism like no other periodical. Long-format articles, photo features, and vivid infographics – they all bring to life and analyze the most important events of that time span. Rebellious against the ephemerality of social media, the magazine wants to be right rather than be first. Accuracy, depth, and context: these are the core values to investigate the long-term impacts of a story. The reading process is an adventure, too: the magazine takes its community, smell, and feel into account. It also features artworks of international artists on the cover. Thus, each issue itself turns into a collectible item. For that reason, the makers insist on printing high-quality products.

The world's first Slow Journalism magazine.

A beautiful quarterly publication which revisits the events of the last three months to offer in-depth, independent journalism in an increasingly frantic world. Read more about DG.

Proud to be 'Last to Breaking News' since 2011.

Subscribe



ORDINARY

Das von Max Siedentopf und Yuki Kappes herausgegebene Foto-Kunst-Magazin *Ordinary* nimmt banale Alltagsgegenstände in den Blick. Wer denkt schon über Schwämme, Mülltüten, Plastikbesteck oder Strohhalme nach? Wir gehen zwar mit den Dingen in unterschiedlicher Weise um, aber häufig bleiben diese unbeachtet. Das in Amsterdam seit 2016 produzierte und vierteljährlich erscheinende Magazin ist eine gedruckte Reflexion des Alltäglichen. Für jede Ausgabe fixieren weltweit 20 renommierte Künstler einen trivialen Gegenstand und gestalten dazu ein Bildportrait. Die Fotografien erscheinen anschließend in gehefteter Form, wobei die unterschiedlich farbig gestalteten Titelseiten als ein außergewöhnliches Extra den jeweiligen Gegenstand in einem aufgeklebten durchsichtigen Umschlag enthalten. Die aktuelle Ausgabe verteilt einen Tampon, und eine frühere Heftnummer bietet als Beilage eine Baumwollsocke. *Ordinary* ist eine ironische Reflexion herkömmlicher Lifestyle-Magazine und bewegt sich an der Schnittstelle zwischen Kultur und Gesellschaft. Einerseits thematisiert es banales Zeugs, wie einen Plastikstrohalm, und dokumentiert zugleich, wie dieser die Welt eroberte und gegenwärtig durch Umweltkampagnen verschwindet. Andererseits ist *Ordinary* mehr als ein Archiv gewöhnlicher Sachen, sondern nutzt das Medium des Bildmagazins für ein Experiment mit der Realität und den politisierten Materialien, die uns umgeben (Plastik, Baumwolle, Holz, Luft).

Edited by Max Siedentopf and Yuki Kappes, *Ordinary* is a quarterly fine art photography magazine focusing on mundane everyday objects. Who thinks of common things that surround us daily – a sponge, bin bags, disposable plastic cutlery, or straws? We frequently interact with this stuff in one way or another, but hardly pay attention to it. As a quarterly published out of Amsterdam since 2016, the magazine is a reflection of everyday life. Each issue features over 20 artists from around the world who are sent one ordinary object and are asked for a visual response. Attached to the stapled magazine, the item in question appears as a freebie on the magazine's front cover – an extra, making it "extra-ordinary." *Ordinary* ironically comments on mainstream lifestyle magazines and communicates the wasteful nature of our material world. On the one hand, it focuses on ordinary things like plastic straws, and, at the same time, documents their global proliferation and demise in the context of environmental concerns. On the other hand, *Ordinary* not only archives dull objects, but rather experiments with reality's stuff that has become increasingly politicized (plastic, cotton, wood, air).



ORDINARY

Wedgley Snipes: pour yourself a big glass of pasta

SOUTH LONDON REVIEW OF HAND SANITISER

VOLUME 1 NUMBER 1 WORLD-WETTEST SUMMER 2020

Let me grab my reading nappy

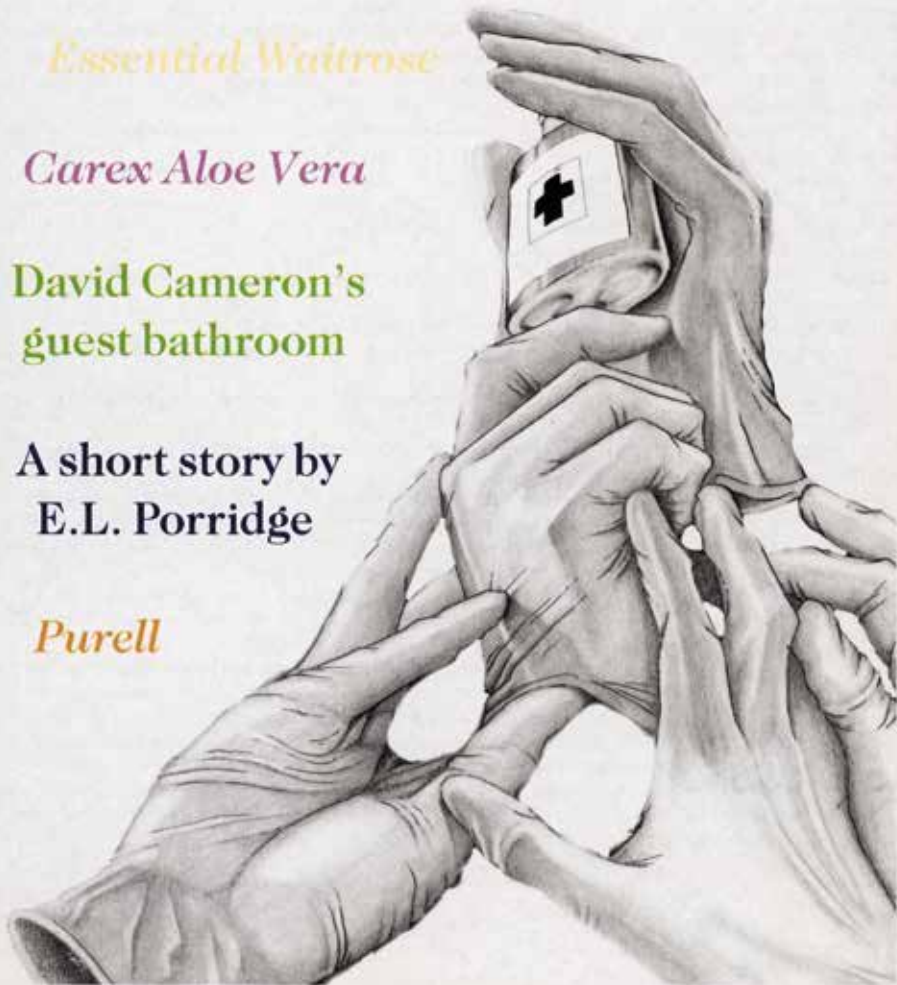
Essential Waitrose

Carex Aloe Vera

David Cameron's
guest bathroom

A short story by
E.L. Porridge

Purell



SOUTH LONDON REVIEW OF HAND SANITISER

Mundschutz und Händedesinfektionsmittel. Im Jahr 2020 weltweit wahrscheinlich die gefragtesten Produkte. Wie sieht Ihr Händedesinfektionsmittel aus, was verspricht die Verpackung und was hat es gekostet? Die exzentrische Zeitschrift *South London Review of Hand Sanitiser* nimmt sich dieser und anderer Fragen an.

Sie vergibt Punkte für Design, Preis-Leistungs-Verhältnis und die Gesamtleistung von Desinfektionsmitteln. Ein Artikel berichtet von Corona-Hamsterkäufen im Lockdown-leeren London. Ein weiterer ist dem wissenschaftlich erwiesenen Erfolg des Wunder-Gels bei Hunden gewidmet. Diese Zeitschrift ist der ultimative Ratgeber, wenn es darum geht, 99,9% aller Bakterien zu beseitigen. Zum aktuellen Zeitpunkt scheint nur eine Ausgabe dieser auf Zeitungspapier gedruckten

Parodie der *London Review of Books* veröffentlicht worden zu sein. Das Format ist identisch mit dem der Vorgängerversion *South London Review of Hand-Dryers*, die ebenfalls nur kurzlebig war. Wer benutzt heutzutage schließlich Händetrockner? Aber sie bietet gleichermaßen ausgefallene Rezensionen und Momente genial verschrobener Kreativität. Aus den Seiten dieser Zeitschrift steigt dem Leser förmlich der Geruch chirurgischen Alkohols entgegen. Mit oder ohne Kokos-Duft.

Facemasks and hand sanitiser. Globally the two items probably in shortest supply in 2020. How does your hand sanitiser look, what does the packaging promise and how much did it cost? These are some of the questions asked in the quirky *South London Review of Hand Sanitiser*. It gives points for sanitiser design, value-for-money, and overall performance. One article focuses on panic-stricken purchases in an empty London during the COVID lockdown. Another describes the scientifically proven success of the wonder-gel on dogs. This magazine offers readers the ultimate guide to killing 99.9% of all bacteria. A spoof on the *London Review of Books*, only one issue of this newsprint zine appears to have been issued to date. It has the same format as its predecessor, the *South London Review of Hand-Dryers*, which was also short-lived. After all, who uses a hand-dryer these days? But it likewise carries eccentric reviews and moments of oddball creativity. The pages of this magazine evoke the heavy scent of surgical alcohol. With or without coconut fragrance.

One last question, in a world where everything is going online, why make print magazines?

I know I'm not alone in feeling a little overwhelmed by the sheer volume of stuff online, particularly when it comes to travel. So much of it is noise, designed to make you click on a link before moving on to the next thing, and the next, and the next. There's a place for that, of course, but print offers a step back, and can be a more sustaining counterpoint. Buy a magazine and you get to hold a beautiful, lovingly curated object in your hands – you can't say that about the internet. Also, print smells good! There are an awful lot of people (myself included) who, the first thing they do when they get hold of a new magazine, is give it a good sniff.

Haha. We are all print sniffers and page stokers here! Thank you so much, Amanda.

Quelle



ANHANG / APPENDIX

Ausgestellte Zeitschriften

Magazines in the Exhibition

A Profound Waste of Time, cover reprinted with permission

Benji Knewman, cover reprinted with permission

Delayed Gratification, every effort has been made to trace the copyright holders and obtain permission to reproduce this material

FÆDA / FOOD, cover reprinted with permission

It's Freezing in LA!, cover reprinted with permission

Ladybeard, cover reprinted with permission © Anton Gottlob

MC1R, cover reprinted with permission

Momma Tried, cover reprinted with permission

Ordinary, cover reprinted with permission

Renk, cover reprinted with permission

Rubbish FAMzine, cover reprinted with permission

South London Review of Hand Sanitiser, cover reprinted with permission

Vanguardist, cover reprinted with permission

Sprecher:innen der Videoclips

Voice-over in the Video Clips

Inke Klabunde, Frank Newton

Design & Videoproduktion

Design & Video Production

artefont, Tanja Labs, Jonas Otte

Ausstellung

03.11.2021 – 28.01.2022

Schule des Sehens

Als Alternative zum Mainstream wollen unabhängige Zeitschriften, sogenannte *indie mags*, vieles anders machen. Trotz des oft beschworenen Niedergangs von Print boomt der Indie-Zeitschriftenmarkt seit den 2010ern ungebrochen. Im Independent-Bereich trifft außergewöhnliches Design auf unterrepräsentierte Themen und neue Perspektiven. Zum Beispiel verwenden marginalisierte Gruppen Zeitschriften als Sprachrohr für Anliegen, die im Mainstream-Markt keine Plattform finden. Migrantische und sexuelle Minderheiten nutzen Magazine als gemeinschaftsbildende Darstellungsformen. Andere Indies zielen auf alternative Lifestyles, Hobbies, Sport, Mode und Design. Das Alltägliche und Gewöhnliche wird durch die künstlerische Gestaltung ungewöhnlich.

Die Ausstellung ist als *walk-by exhibition* konzipiert.

Durch Magazine exemplarisch illustriert werden die vier Bereiche Print & Digital, Sprache, Cover und Zeit & Alltag.

Zur Eröffnung erscheinen englischsprachige Videoclips, die hier zum Anschauen bereitstehen.

