

Bibliotekarstudentens nettleksikon om litteratur og medier

Av Helge Ridderstrøm (førsteamanuensis ved OsloMet – storbyuniversitetet)

Sist oppdatert 09.12.20

Kaffebordbok

Engelsk: “coffee table book”. Den engelske termen brukes noen ganger også på norsk: Den franske forfatteren Albert Camus’ “datter Cathérine [...] ga ut en storslått Camus-coffeetable-bok” i 2009 (*Dagbladet* 6. januar 2010 s. 61). Bøkene har “utstillingsformat” (“Exhibit Format”).

“An expensive book on a popular subject, usually oversize and lavishly illustrated, with the text clearly subordinate to the illustrations. Designed primarily for display and casual browsing rather than cover-to-cover reading, coffee table books are often marketed on the decorative appeal of their colorful dust jackets. In trade bookstores, they may be sold at a deep discount, especially at Christmas to attract gift buyers. Public libraries may add them to the collection when received as gifts, provided demand exists for the subject and condition is good. Academic library approval plans generally exclude them.” (Joan M. Reitz i http://lu.com/odlis/odlis_c.cfm; lesedato 30.08.05)

En bok som ligger framme på et salongbord (sofabord) eller et lignende sted for at både de som bor i huset og gjester, kan bla i og lese i den. Vanligvis en rikt illustrert sakprosabok i stort format, ofte på glanset papir. Boka kan være et middel til å få i gang en konversasjon med gjester, fungere som et statussymbol, pynt, en påminning om at den er en gave fra en venn osv. Denne sjangeren defineres altså ut fra bøkens funksjon og størrelse snarere enn deres innhold. Sjangeren kan sies å omfatte både en skriftlig tekst (boka/codexen) og en muntlig tekst (samtalet om det boka handler om). Samtalet rundt boka og det den representerer på salongbordet i hjemmet der den befinner seg, kan altså oppfattes som en del av verket i vid forstand.

Bøkene fungerer som et signal om eierens identitet og sosiale sfære, smak og interesser. De er utgangspunkt for samtaler, og kan eventuelt fungere som inspirasjon til møbelkjøp, innredning, reisemål osv. Sjangeren lar seg ikke tydelig avgrense, primært fordi det er bruken som bestemmer hva som er en kaffebordbok, ikke innholdet i tekstene. I reklamene for lignende bøker står det ofte “gjennomillustrert praktbok” og lignende. Bøkene skal være lett synlige. Formatet kan gjøre at de ikke kan settes inn i en vanlig bokhylle (men må ligge flatt). Noen bøker har svært lite verbal tekst, og mange fotografier kommer mer til sin rett i stort format. Det er vanlig å bla og dvele ved bildene, snarere enn å lese side for

side (leseren kan “nippe til” teksten). Bøkene kan på grunn av sin tyngde og størrelse være vanskelige å bla i stående (fysisk uhandterbare), og de egner seg dermed best på et bord. De kan inngå i et hjemlig interiør på linje med møbler og pynt (bøker som interiørdekor), og den appellerer vanligvis til vår estetisk-kunstneriske sans. Glanset papir gir et eksklusivt preg, men ikke alle kaffebordbøker har dette.

“A coffee table book is a hard cover book that is intended to sit on a coffee table or similar surface in an area where guests sit and are entertained, thus inspiring conversation or alleviating boredom. They tend to be oversized and of heavy construction, since there is no pressing need for portability.” (<http://cathinthecity.com/>; lesedato 19.03.13)

Kaffebordbøkernes funksjon er blant annet “sosial representasjon og dekor” (Robin 2003 s. 42). De kan bidra til å gjøre et hjem “presentabelt”, de bringer med seg en atmosfære av eleganse, stil og fin smak, men kan også fungere som skryt. “Oftest har jeg på følelsen at vertene her til lands med sine kaffebordbøker ikke vil at gjesten skal fordrive tiden, men vil signalisere: “Se for en utsøkt materie jeg beskjeftiger meg med”, “Egentlig er jeg en hemmelig arkitekt” og “Jeg forstår meg selvfølgelig også en del på kunst”.” (anonym sveitsisk skribent i http://www.lichtbilder.ch/lichtbilder/publikationen_files/KispiZytigDezember.pdf; oversatt fra tysk av HR; lesedato 11.08.14)

Bøkene fungerer som det den kanadiske sosiologen Erving Goffman kalte “impression management”: “individuals will be concerned with maintaining the impression that they are living up to the many standards to which they and their products are judged [...] human intentionality, culture and social reality are fundamentally articulated in the world through performative activity. When human beings come into the presence of one another, they do so expressively, establishing consensus on who they are and what their situation is” (http://www.participations.org/Volume%205/Issue%202/5_02_debruin.htm; lesedato 03.06.14).

“A good coffee table book is equal parts decoration, affectation, and education. It’s one book guests will usually feel comfortable browsing through should the host decide to leave the room for a few minutes, so selecting a good one can be essential for a conscientious host or hostess. A coffee table book offers a person the chance to subtly define elements of his or her personal tastes and interests. If a person’s passion is watching NASCAR races, then he might want to select an oversized book featuring photos of cars and drivers. Someone who enjoys photography has many options, as there are literally hundreds of collections by famous photographers available. Frequent travelers may want to invest in a book featuring a favorite destination. The point is to provide guests with an informal introduction to one or more of the host's interests. A well-selected coffee table book could become a good conversation starter. Almost every major bookstore features a section of coffee table book titles. Even if there isn’t a specific section, oversized books can

often be found in the photography, art, and reference areas. A good one is usually strong visually, with an attention-getting cover and images spreading across two inside pages. When not actually in use, the book can also serve as an accent piece to break up the lines of a coffee table arrangement.” (<http://www.wisegeek.com/what-is-a-good-way-to-choose-a-coffee-table-book.htm#didyouknowout>; lesedato 27.05.14)

“Largely an interactive decorative item, the coffee table book is usually an oversize book people keep on the coffee table in their home to entertain guests or alleviate boredom. Coffee table books are often about art, nature, photography or any subject matter that lends itself to large photos or illustrations. The purpose of most coffee table books is to display interesting or aesthetically pleasing visuals, often in the form of photographs. The subject may be historical in nature, such as a book featuring hundreds of illustrations from the 1939 World’s Fair in New York City, or about a place or culture, such as “Gardens of Delight,” a look at Indian gardens over time, published by Roli books. They may also showcase artistic photography or large prints of painters, such as a collection of Picasso’s paintings. Architecture is also a popular subject for coffee table books. [...] Businesses often create coffee table books to illustrate their services and accomplishments. [...] Depending on quality, subject matter and publisher, coffee table books can range in price from as low as \$30 to \$200 or more. They may range in size from about 6 by 9 inches to 14 by 20 inches, or even larger. [...] David R. Brower is considered the “inventor” of coffee table books. He created a series of them while serving as the executive director of the Sierra Club. His first volume, published in 1960, was “This Is the American Earth,” featuring photography by Ansel Adams.” (http://www.ehow.com/about_5036135_definition-coffee-table-book.html; lesedato 04.08.14)

Gail Behrmann, Mike Nicol og Kate Parkins *Mandela: Et autorisert portrett* (på norsk 2006) er “350 sider illustrert apartheidshistorie for kaffebordet.” (*Morgenbladet* 24. desember 2010–6. januar 2011 s. 56) Boka *VM 2010: 32 land 33 tekster* (2010) er en samling tekster om VM i fotball i Sør-Afrika: “30 forfattere, et par trenere og en fotballdirektør har skrevet årets VM-bok. [...] Ei bok for det såkalte kaffebordet, som kan nytes i glede og irritasjon, avsnitt for avsnitt, under kjedelige kamper og reklamepauser.” (*Dagbladet* 14. juni 2010 s. 36-37) Den franske fotografen, journalisten og miljøvernere Yann Arthus-Bertrands fotokaffebordbok *Earth from above* (1999, fransk tittel *La Terre vue du ciel*) har solgt i ca. 3 millioner eksemplarer på mange språk.

“Mens Aller Forlag ufortrødent fortsetter å utgi sin kronologiske utgave av Morgan Kane-bøkene, kommer en bok som kan være grei å ha som bakgrunn for alle venner av Norges mest berømte revolvermann. “Den store boka om Morgan” er en kaffebordsbok i fullformat, full av illustrasjoner (blant annet samtlige covere), artikler, oversikter og historikk, redigert av Kjell Jørgen Holbye og Atle Nielsen.” (*Dagbladet* 11. oktober 2014 s. 56) “Ivar Aasen i praktbok: En av fjorårets store jublanter er blitt skildret av Ottar Grepstad i biografien “Historia om Ivar Aasen”.

Terje Aarset har redigert en ny utgave av dikterens bok “Symra”, utgitt anonymt i 1863. Verket er klassisk, fullt av sangbare tekster. Den nye boka er i kaffebordsformat, full av illustrasjoner, musikknoter og litteraturhistoriske kuriositeter.” (*Dagbladet* 30. desember 2013 s. 46)

Per Eide og Loa Wakøvs *Norway: Natural Beauty* (2006) er en “praktbok” som “brukes av Utenriksdepartementet som offisiell gavebok på Norges utenriksstasjoner. Boken tar leseren med på en uforglemmelig reise, gjennom Norges historie og norske byer og landskaper. Teksten, det rike bildematerialet og en vakker design skaper til sammen en helstøpt beskrivelse av Norge. Bokens informative faktasider, kart og utdypende bildetekster bidrar til overblikk og variasjon underveis på reisen.” (fra Font forlags katalog 2009) Boka var i 2009 oversatt til tysk, spansk, fransk og russisk.

De tyske forlagene Könnemann og Taschen har trykket kaffebordbøker som samtidig skal selges i mange land, og som er oversatt samtidig som de kommer ut på tysk (Robin 2003 s. 42).

“Nei til kaffebordbøker! Under juletreet vårt vil vi ikke ha pretensiøse fjellfablerier svøpt i reinsdyrskinn, bøker med gulltrykk i kilovis eller andre overlesede trykksaker som motsetter seg å gjemmes bort i en bokhylle. [...] Det er jul og høysesong for kaffebordbøker. Vi snakker om påkostede bøker i stort format, med store bilder og en solid innbinding. Innholdet i slike bøker er vanligvis omvendt proporsjonalt med utseendet: Jo mer overdådig utstyrt, desto mindre substansielt er innholdet. Her kan nevnes at det gikk med 200 kg gulltrykk i produksjonen av Ari og Märtha Louises “Fra hjerte til hjerte”. Kaffebordboken er – som navnet sier – ikke ment for bokhyllen, men for kaffebordet. Noe av det mest irriterende med dem er nettopp det faktum at de ikke passer inn i bokhyllene. Bøkene motsetter seg å gjemmes bort i bokhyllene, og har et format som nærmest tvinger en til å la dem ligge fremme. Dette er bøker som skal vises frem, ikke leses. Man ønsker å vise gjester hva slags smak – hvilken kulturell orientering – man har. Slik sett er det stor forskjell på en kaffebordbok om popkunst og “Fra hjerte til hjerte”. På den annen side er det neppe noen som lar seg overbevise om at du har veldig god greie på forskjellen mellom Warhol og Rosenquist bare fordi du har en kaffebordbok om popkunst liggende.” (filosofen Lars Fr. H. Svendsen i http://www.nrk.no/programmer/tv_arkiv/store_studio/2374296.html; lesedato 09.01.13)

“I en episode av [TV-serien] *Seinfeld* får Kramer ideen å lage en kaffebordbok om kaffebord. Vennene hans avviser ideen, men han får boken utgitt, og vips er han å finne på store talkshow. Noe av det geniale med Kramers bok, er at den har utfellbare ben, slik at den kan forvandles til et virkelig kaffebord. Den av årets norske kaffebordbøker som er kommet nærmest en realisering av Kramers visjon, er Dinamo Forlags utgivelse “Det Høieste Høie”, der et begrenset opplag riktignok ikke kan omgjøres til et kaffebord, men i det minste er det mulig å kjøpe med et kaffebord. Den er dog ikke av samme format som Helmut Newtons 50 x 70 cm

store og 30 kg tunge erotiske kaffebordbok. Her måtte rett og slett kaffebordet følge med. Det positive med kaffebordbøker er at de reflekterer det faktum at bøker også er gjenstander. Når en bok ikke leses, er den en ting blant andre. Men i Store Studio er vi så håpløst reaksjonære at vi mener at bøker primært er til for å leses. Og der kommer kaffebordbøkene nesten uten unntak til kort. I grunnen er det også litt fornærmende å få en kaffebordbok, da det neppe kan tolkes på annen måte enn giveren mener at du ikke er i stand til å lese en skikkelig bok eller eventuelt ikke har tatt seg bryet med å finne en som kunne være av interesse for deg.” (filosofen Lars Fr. H. Svendsen i http://www.nrk.no/programmer/tv_arkiv/store_studio/2374296.html; lesedato 09.01.13)

“Interiørboka er en neglisjert påfugl på bokmarkedet. En påkostet utgivelse uten faglig eller litterær prestisje. På samme måte som ekte litterater mistror folk som ser bra ut, er de skeptiske til storformatbøker med flotte omslag, glanset papir og gilde fargebilder. Mye utstyr vitner om lite innhold, og “praktbok” klinger omtrent like ille som “praktforfatter”. Puritanisme og snobbisme forenes i en glorifisering av *det skrevne ord*: Bøker er til for å leses, og lesningen skal være et slit. Men du verden så godt det føles etterpå! Bøker som bare er ment å blas i, som byr seg fram, blott til lyst og atspredelse, som en lekker konfekteske, kan man ikke ta på alvor som litteratur. Javel, kanskje er interiørboka de voksnes svar på titte- og pekeboka. Kanskje er vi dypt inne i borgerligheten, der kombinasjonen av lettfordøyelighet og luksusfølelse hører hjemme. Vakre bøker med vakre bilder av vakre ting. Gjerne henslengt på salongbordet, for å bevitne eierens sans for skjønnhet og formålsløst velbehag. To fluer i ett bind: Du kan på vikarierende vis tilegne deg gjenstander du ikke har råd til å anskaffe materielt, samtidig som boka selv utgjør et smykke i ethvert hjem!” (fra “Litteraturen vi elsker å hate”; Kjetil Rolness i *Dagbladet* 22. oktober 2007)

“Jålebok på hjemmebane [...] [interiørbøkene] faller i to hovedgrupper: *nytteboka* (“Slik gjør du det!”) eller *pirreboka* (“Slik bor de flinke og/eller kjente”). Uansett har vi havnet langt nede i kulturhierarkiet, blant kjendiser, trender, forbruk og reklame, på nivå med interiørmagasinenes påtrengende gode råd (“Vi gir deg stylistenes beste tips!”) og ukebladenes evinnelige hjemme-hos-reportasjer (“Se mitt vakre drømmehjem!”). Lavstatusen kan nok interiørboka leve med. Den får ingen Bragepris, ingen lovord under forlagenes høstlansering, anmeldes kun unntaksvis i dagspressen – og gråter hele veien til banken. [...] Skillet mellom de stillferdige, enkle hjem og de (muligens altfor) morsomme hjem utgjør hovedskillet mellom to ellers mistenkelig like interiørbøker i pirresjangeren. Begge viser hver sin krem av de 1000 hjem. Begge er laget av to kvinner, hvorav en er fotograf. Begge utkom i september, med nesten samme tittel: *Norge nå* og *Norske interiører nå*.” (Kjetil Rolness i <http://www.prosa.no/artikkel.asp?ID=218>; lesedato 09.12.09)

“*Norge nå* framstår som høykvalitets turistreklame, med store, vakre bilder av snekledte daler og dramatiske kystlandskap. “Livet leves i takt med de markerte årstidene, både langs kysten, i innlandet og på fjellet. I nord og sør.” Dette lyder

som en plausibel beskrivelse av nordmenns levemåte. For to hundre år siden. Hvorfor dele nåtidig norsk hjemkulturopp i fire deler – Vinter, Vår, Sommer og Høst, bare fordi fotografiene er tatt på ulike årstider, med stor vekt på utsikt og lys fra vinduene? Vi møter blant annet kunstsamler og hi-fi-importør Erling Neby, i hans hundre år gamle patrisiervilla i enden av Frognerparken, der alt innvendig er hvitmalt, rettvinklet, listfritt – funksjonalistisk. I deler av gulvet ligger marmor, som Neby innrømmer “ikke hører hjemme i Norge”, og overalt henger såkalt “konkret” kunst, som forsøker å “fjerne seg så langt som mulig fra naturen”. Like fullt er han førstemann ut i en interiørbok fundert på det typisk norske, i samspill med naturen. Det er muligens dette som heter *forestilt* fellesskap. Etter hvert skjønner man at det naturlige ved disse hjemmene er de kulturelle og materielle ressursene til eierne. Ingenting virker forsert, konstruert eller overdrevet. Selv de som har bygd om og pusset opp sin bolig til ugjenkjennelighet, lever i like selvfølgelige atmosfærer som de som har arvet en gammel gård. Det krever en god iscenesetter å formidle denne illusjonen. Sølvi dos Santos, dannet og dyktig fotograf, bosatt i Frankrike, har tidligere laget interiørbøker som *Det gode liv i Norge* (Cappelen 1993) med hytter og hus fulle av antikviteter, og *Grenseløst* (Kagge 2002), der “markante og bemerkelsesverdige personligheter” (Eva Joly, Per Spook, Daniel Franck) åpnet sine hjem og sommerhus. *Norge nå* ligner en krysning av disse to bokkonseptene. Vi besøker bonderomantiske miljøer og arkitektstrøkne studioleiligheter, eid av navngitte, men ikke altfor kjente personer som er sitert, men ikke fotografert. Vi ser mennesketomme interiører preget av ro, harmoni og verdighet, fotografert med dreven sans for proporsjoner og kontraster i lys og farger. Kort sagt: ryddige, stilrene bilder av ryddige, stilrene hjem. [...] Det hører til interiørbokas skjebne å bli utdatert nesten før den har rukket å samle støv på salongbordet.” (Kjetil Rolness i <http://www.prosa.no/artikkel.asp?ID=218>; lesedato 09.12.09)

“På nittitallet hadde jeg et oppheng på coffee-table-bøker om interiør og arkitektur. Store, tykke, glansede. Innbundet eyecandy som raskt ble støvsamlere i hylla. En av bøkene, “New York Interiors” (Taschen 1997), viste de omhyggelig innredete hjemmene til Manhattans kulturelite, særlig “boboene”. Men midt i denne kavalkaden av urban kreativitet og minimalisme kom oddsbomba: Et hjem for en konge. En eiendoms-konge. Som ville bo som en annen konge: Ludvig XIV av Frankrike. Selv om byggeåret var 1983. Og leiligheten (på 3000 m²) befant seg i en moderne skyskraper. Donald Trump hadde omskapt de tre øverste etasjene i Trump Tower til en slags filial av Versailles. Med gull, marmor og speil overalt.” (Kjetil Rolness i *Dagbladet* 19. mars 2016 s. 51)

“Cookbooks, while they may be full of good recipes, useful in themselves, fulfill another function for the upper middle-class consumers who purchase them, one more attractive for publishers because it takes us beyond necessity, into the realm of surplus and hence profits. Glossy, lushly illustrated, these cookbooks sell, not instructions for basic food preparation, but themselves as objects to be consumed as status symbols. [...] Translate that idea to cookbooks themselves, and we have

fantasy and desire used to set up expectations which cannot be met, but which nonetheless entice us to purchase expensive, gorgeously illustrated cookbooks, sign objects which promise to bestow class status on the purchaser, but which have little or no use-value in themselves. The recipes may be good, but the consumer of such cookbooks does not actually need to use them. We need only put them on the bookshelf in the kitchen or, in some cases, on the coffee table where they display our commitment to a certain class identity and bourgeois status. We could describe such cookbooks, the *French Laundry*, for instance, as decorative in a bourgeois way, meaning that the ornamental value or quality of the thing overwhelms or exceeds the use to which the item may be put.” (Holt-Fortin 2002)

“Å lese kokebøker kan være en fryd, ikke bare fordi du lærer noe eller blir inspirert – ofte blir de beste kokebøkene liggende på salongbordet, til glede for mer enn kjøkkenet – men også fordi du blir påminnet litteraturens evne til å bevege sinn og sanser samtidig.” (Knut Stene-Johansen i *Morgenbladet* 28. juni–4. juli 2013 s. 45)

“There are many branches of science which lend themselves naturally to lots of beautiful images. A whole genre has grown up around chaos theory; there are many books on astronomy that have a distinctly ‘coffee-table’ feel about them. And such books have a rightful place in our culture. After all, science is visually beautiful and people can derive great pleasure from well illustrated scientific subjects.” (Wilson 1998 s. 75)

“The Oregon Daily Emerald, the student newspaper at the University of Oregon, is pleased to bring Duck fans a very special, hard-bound, coffee-table pictorial book, “Duck Season.” This heirloom quality “keepsake” book, with foreword by UO President Richard Lariviere, features hundreds of images that capture the amazing 2010 championship season of the Oregon Ducks [et amerikansk fotball-lag] as seen through the eyes of the UO’s best student journalists.” (<http://www.pedimentbooks.com/store/product/oregon-ducks-football-book/>; lesedato 25.06.14)

Det amerikanske Panache Partners “is one of the fastest growing publishing companies in the country. Founded in 2002, the company specializes in the development and production of upscale coffee table books showcasing world-class travel, interior design, custom homebuilding/design professionals, golf, as well as other topics of interest. With over 40 titles published or in production, the organization’s staff is constantly seeking and producing high-end subject matter, both on a national and regional level. The principals of Panache Partners, Brian Carabet and John Shand, have over 25 years of experience in the publishing industry. Supported by a strong senior management team, professional associate publishers and a topnotch creative team of photographers, writers and designers, the company produces only the highest quality books. These books contain hundreds of breathtaking and inspiring photos reproduced in oversized palettes on high-quality paper stocks.” (<http://www.panache.com/about.html>; lesedato 04.08.14)

“Big, bold, and beautiful to behold, coffee table books are known for vast stunning images that pull the viewer in with striking art and photography. Owners often display such books prominently in their homes, as they make a personal statement about what makes them tick and what their interests are. But those gorgeous panoramic spreads do not happen by accident. You need great equipment, well-trained pressmen and even the right paper and materials to create a book people will want to pick up time and time again. Even the bindery has to be given extra attention as the thick coated stocks put a strain on the glues and meshes that hold a book together. G-Print goes the extra mile in using heavy-duty endsheets, meshes, supers and binder boards to make sure our coffee table and fine art books are not only exceptional to view, but are built to last. Our famous Smyth-sewn binding ensures that even the largest volumes will be around for many years.” (<http://www.g-printco.com/coffee-table-book-printing/>; lesedato 07.08.14)

“Creating a Coffee Table Book: Family and friends will love seeing your pictures bound in a beautiful hardcover book suitable for gift giving. With Paint Shop Photo Album creating this stunning book is easier than you think.” (<http://www.corel.com/content/pdf/paintshop/tutorials/231Coffee.pdf>; lesedato 23.05.14)

Alan Powers' bok *Å leve med bøker* (på norsk 2000) handler om bøker og bokhyller som designprodukter, inklusiv kaffebordbøker og andre bokverk i stort format. “Everyone has books – but most people simply put them on a shelf, neglecting more creative ways to make their treasures an integral part of the interior design. Alan Powers' witty, elegant guide to showcasing your precious volumes will change all that. Going room to room, from kitchens to hallways, he reveals inspirational ways that books can create character in the home.” (<http://www.amazon.com/Living-Books-Alan-Powers/dp/1402742126>; lesedato 17.06.14)

“I de siste årene er det utgitt flerfoldige engelskspråklige bøker som forklarer og illustrerer begrepet hygge. Ordet anses som så eget og spesielt for den danske livsstilen at det ikke lar seg oversette, men igjen: Det kan forklares, og ikke minst illustreres i delikate *coffee table books* der ulltepper, peis og stearinlys i alle fasonger og farger utgjør hovedbestanddelen. Det er kanskje et liknende fenomen som har gjort at en så på mange måter særnorsk bok som *Hel ved* har blitt en internasjonal suksess, vel å merke i *coffee table*-format. Boken, som på engelsk ble oversatt til det treffende *Norwegian Wood*, har et lekkert format som signaliserer at den snarere enn å tas med i vedbua som en slags håndbok skal betraktes og nytes, nettopp ved kaffebordet.” (Siri Nergaard i <http://prosa.no/essay/hva-er-det-egentlig-umulig-a-oversette/>; lesedato 27.03.19)

Alle artiklene og litteraturlista til hele leksikonet er tilgjengelig på <https://www.litteraturogmedieleksikon.no>