



... (we're) (being) (used) (as) (a) (tool) (for) (the) (benefit) (of) (others) ...
 ... (we're) (being) (used) (as) (a) (tool) (for) (the) (benefit) (of) (others) ...
 ... (we're) (being) (used) (as) (a) (tool) (for) (the) (benefit) (of) (others) ...

Gratisk design var historisk sett en spontan reaksjon på kommunikasjonsbehovene som oppsto med den industrielle revolusjonen i kapitalist-baserte markedsøkonomier. Formålet var å selge fruktene av masseproduksjonen i de voksende konsumentsamfunnet. Dette har ført til en forenklet forståelse om at gratis design er et underbruk av reklamebransjen.

Gratisk design er ikke bare en spontan reaksjon fra kunstveidenen, men er en kommersiell applisering av ideer og prosesser som dekonstruksjon og separat design, med annenledes intensjoner, og vi er fremdeles i en situasjon av å tilhøre et relativt ungt og ustabilit fag.

Faget har vært igjennom funksjonell modernisme, postmoderne og poststrukturalistiske teorier som dekonstruksjonisme som åpnet for subjektive og informative, rent objektive og informative.

En viss aksept og et fundament for et faglig felvikende er oppradd når så den postindustrielle krav som går langt utover de vi var kjent med fra den primære produktøkonomien (ofte i løstbaserte medier) krever grunnleggende nye kommunikasjonstrategier og teorier.

Vi må forholde oss til flerfaldige, hybride medier. Det betyr seg ikke bare om visuelle flater. Fiere sanser er involvert, mer som virkeligheten som er fire-dimensjonal.

De samme begreper som brukes i design og kommunikasjon er ikke nødvendigvis de samme i andre fag.

Den store utfordringen ligger i å designe repelsjonene for sammenheng mellom elementer framfor å designe sammenheng i begreper.

Den store utfordringen ligger i å designe repelsjonene for sammenheng mellom elementer framfor å designe sammenheng i begreper.

De basale berøringene er så mange at vi kan lage et utvalg av forskjellige, kanskje mer å finne en klar struktur i et sammensatt bilde.

Det er ikke bare din personlige tilnærming som gjelder lenger. Samarbeid roper etter andre gener, en annen type ego, en toleranse for kompleksitet og konsensus.

Det visuelle og verbale språket til sluttbrukeren er annet enn ditt eget.

Designyrket tiltrekker antakelig andre mennesker enn kunstyrket. Kunstnere vil av natur bruke mest av sin energi og intellekt til å løse problemer som kommer fra en selv. Designere er mest opptatt av å løse andres problemer. Likevel bringer vi alle en unik mengde erfaringer og synspunkter som kan og bør uttrykke seg i vårt arbeid. Diskusjonen om visuelt forfatterskap bør ikke overskygge den underliggende distinksjonen mellom personlig uttrykk og det puslespillet det er å finne ut av et problem som er initiert av andre. Det er selvsagt mulig og ofte naturlig at én og samme person kan operere i både kunst- og designverdenen. Dette er særlig formessig tanterende områder.

Siden det omirent er umulig å ikke finne i din bearbeidelse av budskapet fokusere på den.

En god utdanning, arbeidsplass, videreutdanning og utvikling må bygge på den enkeltes ressurser til å løse nye problemer man ikke kjenner fra før. Vi trenger fokus på å utvikle evnen til å bruke utdanning og arbeidsplass til å løse nye problemer man ikke kjenner fra før. Vi trenger fokus på å utvikle evnen til å bruke utdanning og arbeidsplass til å løse nye problemer man ikke kjenner fra før.

Designere må levere konseptuelle innovasjoner og ny innhold, noe maskiner aldri kan gjøre. Denne utfordringen vil løfte designfaget vekk fra å være bare en servicefunksjon til å bli en rolle som skaper verdifulle kulturer.

Designere må levere konseptuelle innovasjoner og ny innhold, noe maskiner aldri kan gjøre. Denne utfordringen vil løfte designfaget vekk fra å være bare en servicefunksjon til å bli en rolle som skaper verdifulle kulturer.

Generelt sett er taktisk viten en viktig bestanddel i all tenking, inkludert konseptuell tenking i vitenskaper som matematikk, teoretisk fysikk eller filosofi. Det er et håndverk i slik viten; man lærer det, blir ekspert og bruker det til å løse problemer. Den taktiske kunnskapen lærer seg ikke på språket, men i den fysiske prosessen.

Mengden med ferdigheter er å bruke dem. Hvis ikke ens mål er begrenset til å repetere andre menneskers design så er den viktigste læringsmetoden man trenger å utvikle viljen til å eksperimentere. Eksperimentering betraktes ofte som å ikke eller å ha en stor grad av intuitiv eksperimentering (ikke erfaringbasert). Eksperimentering involverer også en viss grad av å teste ut ideer og å bygge på dem. Det kommer an på hva budskapet er. Saken er: Vilke problemer vil du bruke dine evner og ferdigheter til å løse?

Det eneste som egentlig kan vrike begrensene på vårt potensiale er vår egen vilje og utvalgte. Det kan godt være at læringen fungerer for oss, men det er ikke sikkert at den fungerer for en and, og evnen til å artikulere det. Det eneste som egentlig kan vrike begrensene på vårt potensiale er vår egen vilje og utvalgte. Det kan godt være at læringen fungerer for oss, men det er ikke sikkert at den fungerer for en and, og evnen til å artikulere det.

Hovedfagsoppgave av **Lasse Michelsen**
 Kunsthøgskolen i Bergen, visuell kommunikasjon
 januar 2000: «Unforgiven» musikkvideo til musikk
 av Metallica. Michelsens video + 23 andre avgangs-
 sarbeider kan nå oppleves på utstillingen **TAKE
 OFF** på Vestlandske Kunstmuseum i Bergen.
 Hovedfagsutstillingen viser eksamensarbeider fra to av
 Kunsthøgskolens tre avdelinger: Avdeling for design,
 Seksjon for visuell kommunikasjon og seksjon for
 interiørarkitektur og møbeldesign. Avdeling for spe-
 sialisert kunst, Seksjon for fotografi, Seksjon for
 keramikk og Seksjon for tekstil.

Lasse Michelsen, Ian Holcroft og Steve Skog er de
 skapende kreftene bak kreativtetsloftet **BUSTOP** i
 Bergen. KF presenterer et eksklusivt intervju med vest-
 landets svar på Mother/Acme/Kesselskramer i neste
 nummer. I mellomtiden kan vi trøste oss med et unikt
 bilde av de unge lovenes herretolett...

DZ: Har du gjort mer videoarbeid enn Unforgiven?

LM: Jeg har ikke gjort så mye mer rent videoarbeid,
 men jeg lagde også et ganske stort videoprojekt i
 forbindelse med en teaterforestilling i Bergen som het
Shopping and fucking. Der hadde jeg ansvaret for
 scenografien og videoarbeidet... Forestillingen fikk
 veldig bra tilbakemelding, spesielt som nyskapende
 multimedia teater... Jeg lagde musikkvideoen til
Subgud sin E.K.G. fra platen Museum, som eksamens-
 oppgave på skolen... Den vant sølv i studentarbeider-
 klassen under multimedia i Visuelt konkurransen i fjor...



"I want to make the eye see the music"
 David Hockney



BUSTOP
 ifø Cera 3870
 on location: jameson takes a piss

DZ: Hva syns du om Norsk musikkvideo generelt?

LM: Vel, kan ikke si jeg vet så veldig mye om norsk
 musikkvideo... Det er ofte vanskelig å vite om videoene
 til de norske gruppene er laget i Norge eller om de er
 kjøpt fra utlandet. Men det jeg ser av videoer til norske
 grupper og artister er ikke særlig spennende... (Må
 innrømme at jeg ikke ser mye på musikkvideo, i hvert-
 fall ikke norske. De programmene som sender musik-
 kvideoer går på tider jeg ikke ser på TV.) Norsk musik-
 kvideo lider vel også under kommersialismens jernhånd
 som det gjør ellers i verden...

*DZ: Jeg vil påstå at både teknologien, en del grafiske
 kreatører og publikum nå er svært modne for en
 større rolle for digital-dreven ekspressiv og kvalitativ
 grafisk animasjon. Hvor er den norske reklame-
 bransjen, filmbransjen og platebransjen i forhold
 til dette?*

LM: Ja, jeg tror også publikum er svært moden for en
 mer ekspressiv grafisk animasjon, men vet ikke helt om
 det er gått opp for reklamebransjen... Vi henger frem-
 deles litt etter her oppe i lille Norge, mens publikum får
 inn kanaler fra andre steder i verden hvor dette er mer
 utbredt, er reklamebransjen bare såvidt begynt å forstå
 at dette er noe som appellerer til ungdom... Hadde
 ansvaret for typografien på en reklamefilm for Kims
 når jeg jobbet i ERL Ogilvy i fjor sommer... Der laget
 jeg en meget ekspressiv animert typografi som etter at
 vi hadde laget ferdig en online versjon ble strippet av
 kunden... Så den bli ikke så veldig ekspressiv til slutt.
 Så jeg vet ikke hvor klar disse konservative konsern-
 sjefene er for denne utviklingen.

Typomeddomeren er ferdig med sin borgerplikt, men
 vil muligens bli spurt om gjesteopptreden ved en eller
 annen geriatrisk gullklokkesamling i framtiden.
 Ellers ryktes det at prisbelønte fontmestere **Magnus
 Rakeng** sin «gamle» font **ENVY** er blitt solgt i en
 eksklusiv avtale for å pryde sjefs-bladpimp Marvin
 Jarrets (Beach Culture, Ray Gun, Bikini) nystartede
Revolution Magazine. Vi kommer tilbake med
 anmeldelse senere. Livsstilblader kan vi «kreatører» aldri
 konsumere nok av (eller?). De norske illustrasjonship-
 sterne i **KJEKS** (www.kjeks.no) er også godt igang
 med å gjøre illustrasjoner for «virkelighetens» svar på
Glamorama: nemlig det britiske magasinet
WALLPAPER. Norske illustratorkvinner har snart mer
 global-street-cred enn Gro Harlem Brundtland og Anne
 Holt tilsammen... Dezine 2000 har nyttårsforsett om
 mer formal kvalitets-sinnsykdrom og mindre bullshitpreik
 (se venstre side for bevis... ok, begynn å røyk! Vi kan
 og melde om en kommende digital animasjonsappen-
 ning i tigerstaden i slutten av året ved navn **ZOETIC**.

