

NB: kun denne utgave:

# spennende

# dezine

DEZINE er en spennende, moderne, urban og «fresh» spalte om grafisk design kreert av den forholdsvis unge (mellem 25 og 45) og fne designeren Halvor Bodin. Dezine blir også publisert på [www.superlow.com/dezine](http://www.superlow.com/dezine). Farnial kan sendes direkte til [dezine@superlow.com](mailto:dezine@superlow.com). Injuresaksmaal kan evt. sendes til [jameson@drekkna.no](mailto:jameson@drekkna.no). Dezine inneholder en humerfylt, annerledes og inspirerende blanding av kropp, karriere, web, sladder, kultur, drikk med mer. Man kan godt si at design står her i fokus, proppfull av flotte fotos mm. Dezine er først med de siste nyhetene som rører seg på designfronten og er et must for alle som ønsker å holde seg oppdatert om det siste på markedet innen det stadig mer aktuelle området typografi. En spalte som spenner helt fra det såkalte minimalistiske til det såkalte nesten overdådige! Spaltet for deg – en(?) person med både hjerte og hjørne! Høy kvalitet i alle ledd mixet sammen med ny teknikk og kontinental bevissthet når det gjelder layout. Multi-tenest for et multi-kulturelt publikum! Selv om målgruppen i stor grad er menn mellom 24 og 45 år (som gjennomsnittlig sett er middels eller mer interessert i design i det jevne) er ikke Dezine bundet av Jantelov, ingroddede vaner eller fasttemrede tenkemåter. Dezine er utfordrende, vågalt, friskt, fritt, variert, uforsutsigbart og trendy på en lettfattelig måte. Den opprinnelige ideen med disse sidene er å finne et paringspunkt mellom kunst og reklame, med fokus på design og skjønnhet uten å skremme vannet av noen. (Dezine har ikke skremt noen så langt iallefall!) Dette er en unik og egenartet spalte som det ikke finnes maken til eller lignende i hele Skandinavia (holder dermed internasjonal høy standard), og hver side er rett og slett i seg selv et lite kunstverk! Dezine er også for de som er bange for det utvisse og går svangre med ønsker om å prøve å få vite mer om det som skjer i de mørkeste og innerste kroker i den menneskelige sjel! Dessuten: Er du glad i Whiskey er Dezine også et must!

Selvskryt til side (og den uegennyttige ettertanken og visjonene tror klar inn).

Vårt overordnede mål er selvsagt å kunne presentere trender før de kommer til Norge (kanskje de aldri kommer hit heller for den saks skyld... ) Vi tør ikke påstå noe, men forsøker likevel å ta tidens tann litt på pulsen i disse post-millennium-tider. Hvilke tanker, ideer og idealer kan vi vente oss i fremtiden, introdusert og presentert av eliten, outsiders og nykommere? Aldri har vi hatt større mangfold i markedets ønsker og aksjeierenes innrjningskrav. For å la det kortslagte først så vil nok en av sommerens og høstens sterkeste trender innen design være preget av eleganse. Mens våren og vinteren var preget av 70-tallets hippiestil er det glamouren fra det sene 70-tallet som nå setter standard. Det satanistiske masse-morder-homodisko-designet er endelig tilbake! Individualisme, personliggjøring og særeghenhet er viktige stikkord i design og innen layout. Alle vil fremheve og dyrke sin egen personlige stil! På layoutsidene er tiden inne for igjen å boltre seg i fler fonter (på en gang) og sterke farger (blandet). Den supernaturlige og lett sporty modernistiske stilen er over for denne gang, gjør dere heller klar for en mix av (våt) drøm og uvirkelighet! På slutten av nittitallet var designbransjen full av gråtoner, et ekko av en kollektiv pessimisme og et økonomisk tungsin. Nå er (den vestlige) verden på en gigantisk fix av en opprør som eksploderer i tusener av farger, organiske grids, naturalistiske-figurative skriftsnitt, ny teknologi, spennende kerningtabeller, overraskende ligaturer, friske horunger og fandens eldre-mor vet hva. La oss enes om en ting i alt mangfoldet av forskjellige «hotte» 70-talls-stiler: Vi trenger design, design trenger oss og vi må konsumere og dermed emballere for å være. For at vi som selv er trendsetterne skal klare å skille oss ut, og ikke bli en del av massen, så må vi stadig skifte stiler og fonter minst like ofte som vi skifter undertøy. Men dette handler om noe mer! For de trendsetterne som får andre til å følge etter (som igjen gjør at de må forandre designstil fordi de ikke vil se ut som de som følger etter dem i utgangspunktet, eller?) tar heller ikke andres ideer ut av løse luften. For det som blir moderne og trendsettende ligger som oftest igjen i luften.

Det er en tidshånd. Ofte kalt markedets usynlige hånd. Visuell kommunikasjon er et levende samfunnsbarometer (termometer?) som på et vis tar «tempen» i talsereens innenfor enhver tidspoke-periode (men vasker det selvsagt godt mellom målingene) så og si... eh... Aldri har trendene endret seg raskere. Aldri har design vært mer spennende! Og aldri har kernen vært løsere. Ganske befriende, egentlig... Det friske og lett tilgjengelige informasjonsdytet hjelper til med å gi full oversikt, full impuls, fulle konti, full påvirkning og fullstendig meningstap. Individuorientering har erstattet kollektiv tenking helt. Nye trender dukker opp som mann av dage og nye «hits» oppstår med ett. Alt er lov. Det nye trendbildet dreier seg om en miksing av det kjente med det ukjente (er var det mer en miksing med det kjente og igjen det kjente, Red.) Vi har passert tusen årsskiftet. Alle var vi vel, alle som én, spente på hva som ville skje ved overgangen noen og enhver av oss... Designen var preget av mye black-metal-Pantone-farger kombinert med mørke og dystre/depressive-melankolske farger (som derfor beviselig førte til at metall-pantone-vifene ALDRI ble kjøpt inn til trykkerier i bibelbellet og på Rjukan, de trykket alltid en lysere farge enn det designeren og kunden ønsket). Selv som Mars, mennesker, Universet, det ukjente, dette og hint etc. Som nevnt tidligere var også grått og fikke minst mellomgrått] mye brukt, den uttrykte en engstelig, forsiktig og uvisshet (kanskje av frykt for Millennium-bugs og dommedagsprofetier). Men, som vi alle vet nå (heldigvis) så endte det godt for oss alle og trendene endret seg raskt i takt med optimisismens nye oppblomstring. (Få (eller ingen] skrekkscenarier ble virkelige, vi lotte oss friske igjen og fikk tilbake et LYST blikk på tilværelsen. Dette ser vi i dagens trend, veeldig fargerikt og mye hippidetajler. For eksempel har vi ikke unngått å legge merke til all airbrush-illustrasjon som bare MÅ være med både foran og inni såkalte anglosaksiske livsstilsblader denne våren. Helt tydelig (og tydelig] er jo dette i bladet Shezation sitt junnummer. Det er SÅ befriende at vi endelig kaster den nye teknologien (og kjerne, og de gamle



a foxy jameson jumped over two lazy dogs...



# SOMMER 2000 – ganske befriende, egentlig...



Fun light

triste fargene) på båten (eller sjøen??) og lar de graverende, MEN sjamerende menneskelige håndverksmessige feil vinne over det såkalte «perfekte» digitale. Oppgjøret med teknologens byrini bare forsterkes av de vekslende temaene: Sex & Machines, Techno Killers, 23 Skidoo[?], Fetish, Beach Life og sist, men ikke minst: Freaky Dancing. Lyse, lette og ikke minst varme farger (i skarp motsetning til det tradisjonelle grå og triste) tar over og blir ledsaget av at både foto- og designstilen blir mer avslappet og fritidspreget. [work less is more-]. Alt er på en måte organisk, formet etter de menneskelige og naturlige bevegelsene, man kan nesten si at eurytmi og glimrende [og velfunderte] farge teorier utforsket av menneskene bak ikke ukjente AURA-SOMA™ virkelig har kommet for å bli. Nå er det funksjonalitet og neo-etisk-estetisk eterske verdier som teller. Etablerte og godt voksne designere har igjen lov [som sagt er jo egentlig alt lov fordi vi jo ikke har noen regler lenger!] å formgi som om de likte jobben sin og var inspirert igjen, med les og ledig detaljering, men samtidig være klassiske og elegante når de faller kunder, ønsker det. Man kan også ha flere ulike stiler utfra humeret og anledningen (som en klovner). Farger som klart gjelder i den nye eraen etter millenniumskiftet vil fokusere på farger som svart, kameelhår, off-road-white, vinterhvitt, sandfarger, oransje, rosa, turkis, samt kombinasjoner av rød- og grøntoner. Detaljer vil fortsatt prege designarbeidet fremover, men kanskje med mer innspill av pseudo-etisk-falisk dyreornamentikk, Letraset-

gnukke-fonter [med langt fler eksemplarer av bokstaven «E» enn på 70-tallet], en ny generasjon airbrush-hackere vil tre frem og ikke minst paste-voks kommer til å bli [lunsklyd uttrykket] veldig «hot»- igjen. Zip-detaljer kommer til å bli langt mer fremtredende enn vi har sett til nå, f.eks. ryktes det at analoge Two-way-Zip blir stort, samt rutemønstre, prikker og endog linjer. Det spås selvsagt samtidig at svart kommer tilbake som basisfarge [det vil si som grått, men mørkere], men da selvfølgelig noe uventet sammen med vanlig grått. Kontrastfargene [som på en måte skal stå opp mot nettopp disse] er spennende nok rød, mintgrønn, oransje, blåtoner, bruntoner, lasertoner og naturfarger. Den gjeldende avslappede stilen vil helt klart muligens komme for å bli for vi vet ordet av det engang i fremtiden. Og dette gjelder selvsagt som en slags gjenspeiling av samfunnet forøvrig. fr. ringler i vannet, luftslottspeling og rettebøner i alle tenkelige retninger. Avslutningsvis kan vi oppsummere at det vil være noe for enhver personlighet, et hvert markeringsbehov og lønningssøpe. Ganske befriende, egentlig... ganske enkelt egentlig befriende...

•Dezine For Life•

Denne utgaven retter stor takk til [kanskje] den aller aller viktigste «bibel» for norske urbane designeres valg av inspirasjonskilder: Nemlig Narversen sin unike og spennende sommerutgave av «Livsstil+Trend-guden» Sammen med den tankevekkende [og litt lun-

kristne] «pay-offen» under den kjente og kjære logoen; «Alle livets sider, og noen til...». Språklig sett er den meget variert og viser et overfladighetstom av uventede og ikke minst ikke adjektiver. Eksempelvis er det utvilsomt positivt ladede ordet «Spennende» brukt hele 734 ganger i det 24-siders store heftet. Denne spalte tar ikke for hardt i hvis nettopp [det ofte misforståtte og undervurderte] ordet er i ferd med å få sin [velfortjente] renessanse. Designmessig sett er heftet i tråd med kortidsvarslet for ikke-vaskede fargesammensetninger, men gjør en oppstemt og sommerlig til sinns! Det er en utsekt balanse mellom både små sirkler, noen temmelig små [fargerike] kvadrater og noen [tilsynelatende planlagt-tilfeldige] hebe... designene vet nok utmerket godt hva de gjør! [ynne streker. I tillegg får vi servert noe [finst?] uskarpt frukt i syrlige farger, akkompagnert av et garnityr av Helvetica-typografi [eller hva faen det er? Red.] Den litt rabbagast-freke-anarkistiske sperringen av minuskler som vi ikke kan umngå å legge merke til her [også i pay-off gtt!] er jo strengt tatt forbudt etter alle klassiske typografiske regler. Men utførelsen her såpass spennende og... og... visjonært gjort at vi kun sitter igjen med det positive inntrykket av et kvalitetsmessig stygge arbeid på høgt nivå! Akzidenz Grotesk er den lille uleselige brodfonten som vanlig. Torgeir Holm [www.egz.com] sin eterske og veldig «åpne, positive» og imøtekommende« font [som jeg ikke husker navnet på...] pryder Dezine-logoen på en veldig spennende måte denne gang. Alle foto er tatt av H. Jameson på location på Öland, Sicilia, Norsk Skimuseum Hellmenkollen og hos de genaristiske trendset-

terne Halléns på Grünerløkka [Inkontinens er en Grünerløkka trend...]. Stimuli: Ditlev Dii-Simonsen [Yo!], sol og spennende sommer! [det går snart mot mørkere tider igjen, sukk], 23 Skidoo, Tellé 007, Ingelærnel fra E.C. Dahls brygger, Guinness Kikemry, Battery m.m.

swix og klister herer [heldigvis] markediden til...

Her er det håndfaste beviset på at klovner forsøker å spre glede kun på overflaten, mens de skjuler langt større fallgruve-malstrømmer av destruktive lønkkammer i sin sjel for barneskaren [som aner fred og ingen fare]. Her har den triste [og kanskje også onde?] klovnen prøvd å tydeliggjøre sitt budskap gjennom typografiske virkemidler. Ordet LOW står plutselig klart fram i den ellers vakre sommerdagen. [og jeg tror ikke han mener at han er skap-fan av David Bowie fra sin beste periode...] For de som tror at klovner kun var litt LEI SEG kan det repes at bildet er tatt 5 minutter før hagl, regn, torden og sovelstikker revnet den optimistiske lyseblå himmelen og edela barnas betingelsesløse kjærlighet og positivitet, på Öland, selveste Satansaften 1998.

foto: conspiracy@superclown.com

