



Foto: jameson

SATAN ARE BEEN MEG JERK

KRIMINELLE TAGLINES

Oslos byråd for miljø og samferdsel – Merete Agerbak-Jensen – er på offensiven mot tagging og graffiti. Kommunens tpunktsplan settes nå i verk: Vise taggerne nulltolleranse, straffe graffitiopplering, beslaglegge kladdebøker, begrense salg av spraymaling, fjerne all tagging innen 48 timer, anmelde alle taggere, ta trikker ut av drift og gi store bøter. Anagram-diktet på denne siden er en fyllest til Merete Agerbak-Jensen og byrådet som vet hvordan man tar det onde med roten. Sommerens avisdebatt i Tiggerstaden har publisert sinte borgere som ikke liker ungdommens overvige interesse for namnkjving, brøanding og effektive kampanjer. Reklame- og designbransjen blir villedet over til sunnere interesser som korps, fotball og kristne ungdomskubber.

Denne spalte får nå bekreftet sin gamle mistanke om at skissebøker er noe man helst bør holde for seg selv...

Anagrammet til Agerbak-Jensen er generert av teåbu og subaluv på Internet Anagram Server (<http://www.wordsmith.org/anagram/>).

SATAN ARE BEEN MEG JERK

SATAN ARE BEEN MEG JERK

SATAN ARE BEEN MEG JERK

SATAN ARE BEEN MEG JERK

SATAN ARE BEEN MEG JERK

SATAN ARE BEEN MEG JERK

SATAN ARE BEEN MEG JERK

SATAN ARE BEEN MEG JERK

DEZINE er en statle om grafisk design laget av Halvor Bodin, designer i Union Design.
Dezine blir også publisert på [www.sipflow.com/Dezine/](http://www.sipflow.com/Dezine/) PDF-format.
Post med tips og kommentar kan sendes til [dezine@sipflow.com](mailto:dezine@sipflow.com).
Deltagelsen denne gang er utført av DISKO fra Brave Nerds Crew [BNC].



## U STRAIGHT

•Norska är sexigt på sitt sätt. Man kanske inte får stånd, men ... man börjar i alle fall att le. Jo, norska är väldigt speciellt!•  
Sitat fra et gratis svensk homseblad utgitt av QX forlag (startet 1999) som gir litt til med gjennomført design og bra foto og illustrasjon. Typografien i logoen og spiset forsidene og moteseriene er utmerket. Alkoholreklame blandet inn i moteserier gjør at distribusjonen på fire nummer i året er på passende utsteder.

•Den hår tidningen spegler en livstil som fins både i gay- og heterovorlden- sier sjefredaktør Karl Anderson. Et blad for -heterosexuelle män med börga intresser. Mer info på [www.straight.se](http://www.straight.se).



## ESTETISK FASCISME

Lørdag 12. august gikk Fashion party 2000 av stabelen i Victoria-hallen og foajéen på SAS hotellet i Oslo for å vise herremoten for vår og sommer 2001. En lett blanding av Norges moteeksporter, presse og spesielt inviterte hadde samlet seg for å se herremoten for neste vår og sommer. Motekjendisen og eksemotell Jan Schüssler arrangerte evenementet [sponset av ultra-harrybladet SLITZ] som ble innledet med ingen ringere enn Vegard Shortcut som konfanasier og noen eeh... morsomme poparister. Det var stor begeistring for de fleste unge mennene som viste kreasjoner fra bl.a. Jean Paul Gaultier, Alexander McQueen, Thierry Mugler og Baron Von Bulldog.

Denne spalte følger rādene fra Motehuset [[www.motehuset.no](http://www.motehuset.no)] sin omtale av evenementet og er gang med å spare til Pat Sharp-hockeypledd og Morten Harket-olabukser for å være trendy og innovativ i 2001.

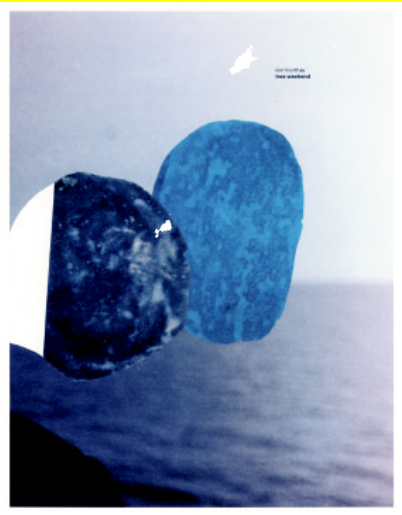
Motehuset ved Mina Hadjan analyserer videre k ttig følgende: *‐Boys shall be boys‐ er også tema til neste  . Alle gutters drøm går i oppfyllelse når de endelig kan se ut som talle menn, uten at jenter fryser av dem. 30-tallets korte dressj kker, rette smale bukser med press, vest, svart skjorte og hvitt eller fargesprakende slips er definitivt veldig tidstypisk. I London er allerede mafiamoten blitt integrert og nå står Norge for tur. Hvis du gikk glipp av Fashion Party og vil være tidig ute, kan du se på alle Gudfaren filmene for   få en viss ide  om hva det dreier seg om. En stor t k går ut til herr Schüssler for   ha gjort oss en smugitt på hva resten av verden går i t ket over. Showet var trendy og innovativt og det regjerer liten tvil om at Motehuset vil være til steds under neste års visning.‐*

Det er tydelig at mafia blir trendy i 2001. Chrysler stilte også med to skinnende PT Cruisers i SAS-foajeen. Er det noen som har tenkt på at det virkelig er mafiaen som står bak mafiatenden? Et ytterligere tegn på det er salget av skrekkelig dyr meikanskank  l på tilstelningen.

Gaultier-kl r ble vist for første gang på norsk catwalk, men var dessverre lettere patetisk med bukser med bilder av bokrygger i bokhylle i noen slappe pastellfarger. Det var sikkert et symbol for at motebransjen bør lese mer sk nnlitteratur. Videre ble det vist noen salamander-aktige oranje klesplagg... aha... kanskje Jean Paul nettopp har lest Salamanderkrigen?

Det eneste høydepunktet [bortsett fra en annen svensk designer som jeg ikke husker navnet på] var utvisomt Baron Von Bulldog. Kjell Nordstr m [som også skriver for Straight] uttaler følgende i presseskript: *‐Inspirasjonen  r h mletad från Tyskland, och Det Tredje Riket. BvB's bidrag till h retrenden består av ett kort, oavhengigt inl g med egna modeller, samt fantastiska bilder tagna av fotograf Alf Bj rjesson. L kheten med nazismens stränga design och estetik  r sl dande, och intentionen med visningen  r att ifrågasätta vad som  r tillåtet idag.  r nazismens symboler ett definitivt tabu för dagens designers? Bli  symbolerna neutraliserade om man vågar visa dem? V gar man erk na att estetik n inom designarkitektur under nazismen faktiskt var god, och kan vara inspirerande? Betyder bruk av förbjudna symboler nedv rdigtvis att man sympatiserar? (OBS! BvB önskar att påpeka att designer/stab/modeller på inget sätt  r anhangere av nazismens ideologier, utan med stor sannolikhet ville vara bland de första som sattes på t gon till koncentrationsläger.) BvB's första damkollektion visas i Berlin 29-29/9-2000. De verkliga nazistene velger vel antakelig heller   k e seg i de skotskrutede buksene*

foto: jameson



## KIMS LEK

Kim Hiorthey har gitt ut bok på tyska Die Gestalten Verlag som heter *Tree Weekend*. En bok som lukter godt og er god   holde i 180 sider i farger. Den ble gitt ut i mai og kom ut i USA og Canada i september. *Tree Weekend* oppfattes ikke som en samling arbeider, men et selvstendig verk som bl.a. henter elementer fra jobber Kim har gjort og gir et innblikk i tanker og prosesser knyttet til hans arbeid som tangerer s vart mange fagområder og kunstneriske uttrykk. Boken har interessante tekster og en fysisk tilstedeværelse i tillegg til det visuelle som totalt går den langt mer interessant enn bare en designbok.

Her er et sitat fra forlagets webside for de tyskskyndige nordmenn som ikke vet helt hvem Kim  r : *‐Auberhalb der Grenzen Skandinaviens kennt man den jungen Norweger, der gerade mal Mitte zwanzig ist, bislang hauptsächlich durch seine CO-Cover für die Band Motopsycho – für diese Formation hat er seit 1995 immerhin fast 30 Plattenh hlen gestaltet und als Koregisseur an Musikvideos mitgearbeitet. Damit ihn nun auch alle Nicht-Motopsycho-Fans kennen lernen, gab der Berlin Verlag die Gestalten ein Buch heraus, in dem Kim Hiorthey selbst sein Werk vorstellt. Zu sehen sind nicht nur fertige Auftragsarbeiten, sondern auch Entwürfe, die den Weg der Ideenfindung dokumentieren, Skizzen und sehr persönliche Fotografien. In der Tat kann man Kim Hiorthey, der an der Kunstakademie Trondheim studiert hat und derzeit in Kopenhagen lebt, nicht als professionellen Grafiker im üblichen Sinn bezeichnen, dessen Hauptwerkzeug der Computer ist. Er ist vielmehr ein Illustrator, ein Bildmensch, ein Male, der lebendige kleine Zeichnungen anfertigt, aber oft auch sehr abstrakt mit puren Farbflächen arbeitet.‐*

I siste nummer av Creative Review skriver Adrian Shaughnessy en rosende omtale av *Tree Weekend*. [Designer Intro og har elevnet platteserverboken. Sampler som tidligere er omtalt i Dazine. Sampler 2 kommer forresten ut p  Laurence King i oktober]. Vi siterer fra hans anmeldelse: *‐The book adds fuel to the evergreen ‘can graphic design be art?’ discourse. As mainstream graphics become increasingly standardised and conformative, innovators like Hiorthey take on greater and greater importance. What distinguishes Hiorthey’s work is the note of authenticity he strikes. It’s as if he is rebelling against the sterile perfection of current digital design and the soulless vacuum of corporate graphics. His use of line drawing, naturalistic forms and colours, and intensely personal and resonant imagery are all undeniably artistic statements. He might even be a writer. The book contains an essay of charmingly disjointed thoughts and anecdotes which suggests a powerful, capricious intelligence. The Czech designer Borek Sipek once did a weekend training and some famous designers came to his event. When they took their seats he started his welcome speech by declaring that the entire weekend would be spent on nothing but potato soup. The participants thought he was joking, but he was not.‐*

ISBN 3-931126-37-4  
Boken kan kjøpes p  Tanum, Norli og Luth&Co i Oslo.  
[www.die-gestalten.de](http://www.die-gestalten.de)

## TYPOGRAFSK HÅNDBOK N  P  NORSK

Forlaget Spartacus har gitt ut Christer Hellmarks viktige bok *Typografisk Håndbok* om retninglinjer for typografibr k tilrettelagt for norsk språk. Kalligrafen og skriftf reren Christopher Haanes har analysert den i en omtale i Morgenbladet 18. ugut. Han gir ros til utgivelsen for et viktig tilskudd til   bedre v r typografiske kultur, men også kritikk for visse ting som bokens for hvite papir, noen feil som at man skal ha enkle g s tter ved sitat inni sitat og ikke doble som det står i boken (og som er riktig på svensk). Haanes påpeker også det departementalt utseende norske omslaget typografert med: *‐Havetica, kongen av dårlige grotteskr.‐* Boken er et must for alle typografisk skurvete, usikre eller utviede designere og reklamefolk. ISBN 82-430-0153-0

## SPENNENDE... SOM ALLTID

Denne spalte har observert stadig nye grelle eksempler på spr kfering som velter seg i klisj er og t peligheter. Først ut denne gang er Myrens Verktsted sin sjambrosjyre for   få folk til   kåpe kommende leiligheter i kontor- og bedriftsområdet sitt. Teksten er gjort av Natt&Dags egen Audun Vinger og Anne M. Moe, design og konsept er ved Sponsebryllet.

*‐Vi elsker byens l rm, elsker klubbene vi går på for   treffe den store kjærligheten, elsker DJ ene vi danser til, elsker kaf ene som vi sitter hele dagen og snakker om alt og ingenting...‐*  
*‐  b  ved Akerselva er noe helt spesielt.   b  på Myrens Verktsted er enda mer spesielt. ...Med bolighus i spennende og historisk riktig arkitektur, og gjennomført moderne standard.‐*  
*‐Myrens verktsted er  sted for mye og kreativitet. ... Inspirasjon finner du ihvertfall på klubbene, kaf ene og barne i nærheten. Det er her de spennende folk går. De du kan lære litt av, kanskje endog lære bort til. Du kan høre på utfordrende musikk, spise utfordrende mat, lytte til utfordrende historier. Den ubesudlede naturopplevelsen bosetter man seg ikke her for   oppleve, men den spennende, urbane naturopplevelsen er her i fullt monn. Virkeligheten er nå.‐*

Webutviklingsbyr et Framfab som er st ret i Europa i sin br nserie har følgende godbiter på [www.framfab.no](http://www.framfab.no):

*‐Framfab vil gå i front. Vi vet det er lettere   gå i andres fotspor. Det er vanskelig   være pioner. Som baneb yere innen v rt arbeidsområde er vi nødt til   skape v re egne foretningsmodeller og sette vår egen standard.‐*

### Vår visjon

*  være den raskeste og mest innovative internettvirksomheten i verden*

*Men vi er mer enn det. Vi er den nye  ras arkitekter. Gjennom vårt daglige arbeid trekker vi innene for nettverksamfunnet og legger grunnlaget for framtidens nettverksom ni.*

### V r misjon

*  skape framtiden*

*Vi ønsker   gi alle medarbeiderne i Framfab den støtte og de ressurser de trenger for   utvikle og forbedre sine ideer. Det går vi ved   skape et paradis for den gode ide. For ideene er spregstoffet som forvandler mulighetene til framtidens realiteter.*

*V re ansatte er vår største ressur. V rt mål er   skape et voksende og dynamisk arbeidssted der markedets beste ansatte skal trives og utvikle seg.*

*‐Gjennom bruk av spennende og innovative ideer utfordrer vi teknologien. Alle ideene er rettet mot kunder og produkter. Vi skal linne de riktige virkemidlene som får fram budskapet. Budskapet skal visualiseres og gøres tydelig på markedsplassen.*

*  jobbe med ideer og konsepter rettet mot kunder er veldig spennende. Vi vet hva vi skal oppnå. Det krever at vi er veldig motivert i vårt arbeid. Vi som skal presentere ideene må hele tiden tenke et steg videre.*

*Det er en livsstil   arbeide med design. Jobben er utfordrende, men så morsom at det ikke er noe problem   ta den med i friidren. På kino, teater eller ute på gåte – hele tiden dukker det opp ideer og impulser. Jeg får innspill som jeg tar med meg og som utvikler meg i   kunne bruke disse for   oppnå et best mulig resultat.*

Det mest ekstrete denne gangen er ved Kvinnekonferansen «Vilje kvirvner lever b st» som går av stabelen 14-17 september på Skeikampen Heyfjellshotell. Det er FAT, fagforumet for Arun Terapeutene som står bak dette seltsomme event. Sjekk ut [www.viljevinne.aruno.no](http://www.viljevinne.aruno.no) hvis du lurer på hvordan gudstjeneste på «Vilje kvinners vis» og sakte, rytmisk  ljemmassasje foregår! En liten smakebit: *‐Mytene inneholder erfaringer og en identifikasjon for kvinner som ikke er tilfreds med sine kvinneliv. Kursleder, spirituell veileder og forfatter, Lisbeth Lind, vil vise hvordan mytene kan tilføre oss kunnskap og livsviktig informasjon som for eksempel myten om erkenkvinnen Lilith. Her f r vi se hvordan vi kan hente frem den indre kvinnen som lever i eksil tilbake til virkeligheten, – fra den indre erkenen til ossen i oss selv. Lisbeth Lind har ut fra sin kunnskap om myter og innsk t om sursen laget et nytt verktoy som en unik hjelp til v r selvtvilkingsprosess. Med Din Indre Livsnyklus® har hun systematisert myter og de kollektive kreftene i psyken på en slik måte at vi ikke lenger trenger   fare vill på vår vei mot selvinnsikt. Denne inspirerende kunnskapen vil hun dele med oss på konferansen.‐*

Dezine stemmer i og sier: *Slipp de tunge maskene, kom i kontakt med din rytme, den tillater deg   være... en HELHET!*

