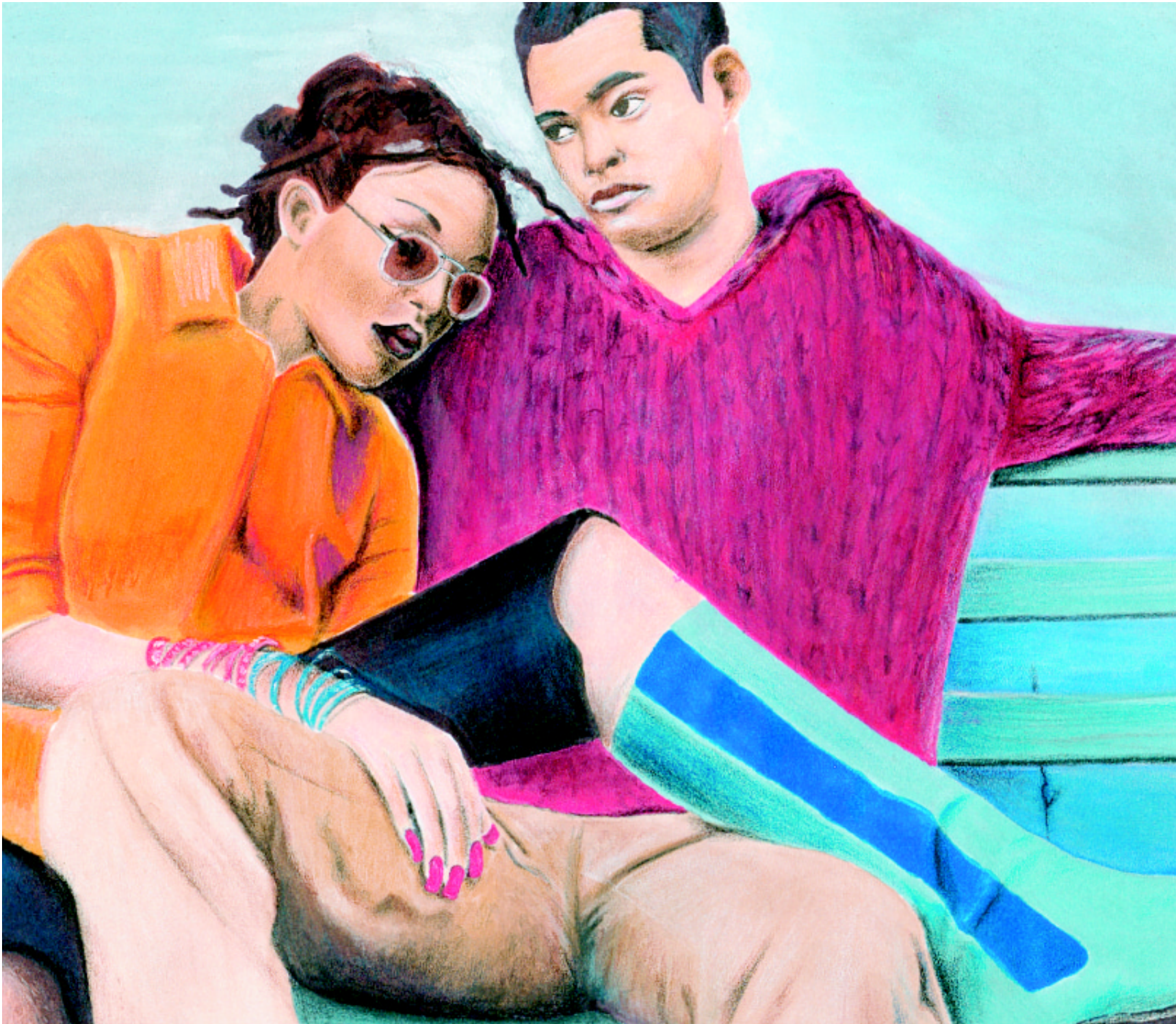




DEZINE er en fast spalte laget av HALVOR BODIN, grafisk designer i VIRTUAL GARDEN.
online-versjon med back-katalog publiseres på www.superlou.com/dezine.
FREDBACK: dezine@superlou.com.
BRIDFONT: Monotype Apollo.
LOGO: Fonten CONNECT av MARTA MAGNUS. Pantone-illustrasjon er også tegnet av MARTA MAGNUS.
Besøk hennes portfolio på www.tepu.net/martamuz.html eller mail henne på martamagnus@hotmail.com.
FOTO: H. JAMESON & F. FLUX.
DRIKKE: Rylesaft av tre grønne epler blandet med bio-organisk elderblossom-soda samt Kratingdaeng 250 [Thai-RedBull].
I tillegg noen glass Havana Club www.havana-club.com/ og passiv røyking av Montecristo-sigarer.
MUSIKK: Those Norwegians «Kaminsky Park».
Dette nummer er dedikert til kvinnen i Ullevålsskyset...



STØRRELSEN ER IKKE ALT...

Magasinet KORN utgitt av Propaganda as mottok gull i redaksjonell design i Grafills Visuelt 2001. Det første nummeret kom i 2000 og var designet av Jeanette Karlsen. Henning H. Herding og Jeanette Karlsen var redaktører. Nummer to kom i 2001, har Marte Helgetun fra Store ord som Art Director og Per Asbjørn Risnes jr. fra Spray som magasinredaktør. Neste nummer er planlagt høst 2001. Juryens begrunnelse for prisen var : «Et herlig format med estetisk og fysisk tyngde! Inspirerende bruk av luft – harmonisk samspill mellom tekst og bilde i et rendyrket og introvert prosjekt». Herding skriver i lederen i første nummer «KORN er en gammel drøm som er blitt til et magasin med fokus på foto, design, stil og kreativitet i Norge. Vi har ønsket å lage et magasin som skal være et kunstverk i seg selv, med poesi i både tekst og bilder. Som en øy av ro i informasjonsflommen som velter over oss. Ambisjonen har vært å lage et magasin som er så vakkert at du får lyst til å henge hver side på veggen. For KORN skal være det beste innen design og visuell kommunikasjon her i landet.»

Visuelt sin jury har tydeligvis vurdert dette som det beste magasindesignet i Norge for tiden. Er dette virkelig det vi kan prestere i Norge nå? Er det bare denne spalte som vrir seg litt ubekvemt når denne kjempestore øyen av ro og poesi velter over oss? Prosjektet er tydeligvis en gammel drøm, det lukter godt gammelt 80-tall på alle måter. Reklamesalg rettferdiggjøres ved hjelp av påstått kulturell fokus, formgivningen er ekstremt konservativ og stiv, den redaksjonelle holdningen er slapp, skrivefeilene er mange, tekstene er tildels pinlig pretensiose og forutsigbare. Alt er ikke like dårlig, en del bilder som selvsagt kler formatet, noen vettuge tekster og litt god form (eksempelvis forsiden til nr. 1). Problemet er likevel manglende troverdighet og skrikende mangel på substans i både form og innhold. Formatet gir egentlig alt gratis, et mindre format ville antakelig gjort KORN fryktelig kjedelig og trivielt.

At så svake språklige prestasjoner som «lysnomade» av Henning Kramer Dahl i nr. 1 slipper gjennom nåløyet vitner om at også nåløyet er uforholdsmessig stort. Her gjengis tek-



KORN sin forside nr. 2 til venstre. Terningkast 2. Stort minus for embossing av logoen i bildet. Sigarettpakken har ikke noe med KORN å gjøre, og er faktisk en 20-pakning.

sten i sin helhet med alle feil intakt:

«Lyset, en nomade: når du fanger det i kameraets mørke celle, vil det som en leiegårdssigøyer aldri finne fred på samme sted. Sluppet fri: når lysets ville ro får virvle stille gjennom kroppens fibertråder vil det vakre vokse som en enslig lunge vokser, synes som en leken tunge, svulme som en innsatt nyre når den gjenkjennes av nabovevet Drøm og glemsel er det samme, drømmen bildet før det forsvinner under glemselens hvite pensel. Når du lokker lyset gjennom linsen er du viten til en tvillingfødsel. Lyset, når det vokser opp som korn på cellulosemarker, når det står igjen som brune pixler etter stormen i det virtuelle klima, er det landskapet som hjernens karavane lar seg drive gjennom på veien til seg selv, drømmen om sin empyreiske oase. Lyset, når det danner kroppen til de ting som vi kan kjenne, er det all den alkymi vi trenger. I Universets kamera er hjerteslagene lysglimt, tankene er former størknet i sølv til taktile skygger. Løftet som gullet som skulle strømme fra De vises sten var kanskje aldri annet enn det lyset som smelter i objektivets presise ovn og drypper ned som bilder, bilder, bilder. Lyset, når du kjenner det, skal kle deg seremonielt i skyggehemmeligheter og esoterisk viten om farger. Skal la deg reise, bestandig, til grensen, grensen det deler med mørket; deler så verden blir hele det rike den er.

Hmmm... Målgruppen for KORN er tydeligvis kommunikatorer som har store nok coffee-tables til å flashe dette forsøket på kulturalibi. Det passer utmerket også hos en litt heftig frisørsalong eller som kulturinspirasjon for folk som ikke leser bøker.

Ole Henrik Nissen-Lie skriver i lederen for KORN nr. 2: «Vi kan strebe etter å lage vakker og rørende reklame, vi kan forsøke å grave oss inn til kjernen av problemstillingene vi skriver om, vi kan strekke oss etter nye uttrykksformer som setter tanker og følelser i bevegelse. Vår drøm er at KORN skal bli en utstilling for fine annonser, et galleri for unge talenter, en møteplass for engasjerte og begeistrede mennesker og et arnested for spennende™ tanker og nye idéer. Man kan ikke ta og føle på det som står på nettet. Det suser forbi i en evig malstrøm. Med KORN ønsker vi å stanse tiden i et øyeblikk. La deg sitte ned og nyte og hvile, kjenne og sanse, og kanskje føle inspirasjonen stige, så du kan lage enda bedre kommunikasjon.»



It ain't Coca Cola, it's rice...

Det er ingenting som overrasker med KORN, det er bare stort og av og til korrekt vakkert, har noen gode annonser (som f.eks. «Cross Training» for Det teologiske Fakultet i nr. 2.). Nr. 2 planker formen fra nr. 1 med enda mindre finesse, forsiden mangler helt elegansen fra nr. 1. Dezine ønsker Propaganda lykke til videre med bladet og oppfordrer til å prøve å overraske oss kommunikatorer og kreatører på en mer overbevisende måte neste gang. Vi er ikke dumme, vi trenger nyskapning, ikke selvbekreftende overfladiskhet pakket inn i feig design. Vi vil ikke ha loff med altfor mye gjær, vi trenger grovbrød!

I KORN nr. 2 følges lyrikken opp av et kjekt branding-dikt av redaktør Per A. Risnes jr.:

merkenesomvarer

Inntrykket av et innhold.

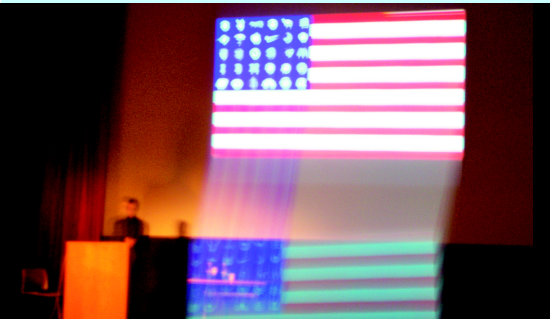
Innholdet i et uttrykk.

Grunnen til at du ser to gule buer på en rød bunn og med en gang har smaken, menyen, prisen og historien til en hamburgerkjede i bakhodet. Symbolet har kraft og forteller mer enn tusen historier. Mer enn bildet av en hamburger.

Elvis. Jesus. Coca Cola. Merkene som varer lenger enn til Dakar. Varene som merker deg hver dag.

Merker du det

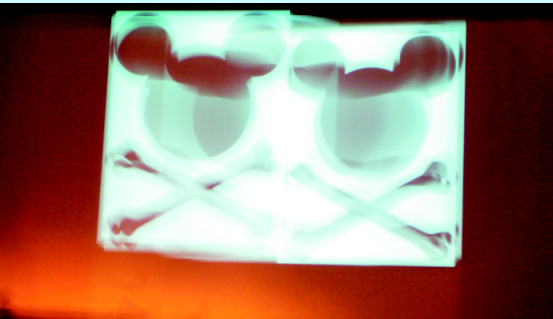
Nettopp... Dette diktet blir dessverre ikke bedre av masse hvitt papir [liksom-modernisme] rundt seg. Skriv dette tusen ganger på tavlen før dere får gå hjem: *Form OG innhold, Form OG innhold, Form OG innhold, Form OG innhold, Form OG innhold, Form OG innhold, samtidig... la sevjen stige!*



Max Bruinsma snakket om Firstthingsfirst-manifestoet.



Kim Hiorthøy minnet oss også på å være mennesker...



Mickeyskuls... fra adbusters.

STOPP DOPET, IKKE DANSINGA

DEZINE benket seg på Filmteatret under Visueltdagene V+ 26. og 27 april. Merkelig at Grafill bruker medisinetameter i årets design, det betyr vel at designbransjen begynner å bli bra business. Det er ikke bare reklamefolk som er på Colakjøret lenger... Den faglige maten var langt bedre enn baguettene servert i pausen [som ikke fantes i vegetarvariant... grrr... og som det heller ikke var nok av på fredagen]. Grafills reklamerte med «en vitamincocktail for visuelle kommunikatorer». Det var absolutt noe næring, spesielt illustratøren Wolf Erlbruch og Kim Hiorthøy, ærlighet varer lengst... For å ikke kjede med lange referater gir DEZINE rett og slett verbale terningkast til talerne:

Ole Petter Nyhaug: Terningkast 3 [Style, wave, cred, follow!]

Robert Mason: Terningkast 4 [The Mason family...]

Kim Hiorthøy: Terningkast 6

[Mannen som gör vad som faller honom inn!]

Jennifer Morla: Terningkast 3 [gjesp...]

Maria Piscopo: Terningkast 5 [Share the stress!]

Kemistry: Terningkast 2 [Lick my logo!] 6 for Kemistry-prisen!

Mediafront: Terningkast 1 [Sweet!]

Wolf Erlbruch: Terningkast 6 [Just sing your song!]

Max Bruinsma: Terningkast 4 [Claim empty space!]

Lunsj: Terningkast 1 [Grafill, gi oss nå vårt daglige brød!]

BÆREKRAFTIG DESIGN?

Rådhusgalleriet i Oslo Rådhus huser en gratis utstilling 28. mai til 15. juni med tittel **REDESIGN – Sustainability in New British Design**. En utstilling av arkitektur, produkter og prosjekter som representerer noe av det mest spennende™ Storbritannia har skapt innen bærekraftig design.

DEZINE drar på ekskursjon til **Innotown** [www.innotown.no], Ålesund 28- til 30. mai. Forvent en stemningsrapport med lunsjannmeldelser og store fargebilder av Kai Krause i neste nummer. Denne spalte sparer til bart...