

No 12

365



Shyss



DEZINE er en spalte av HALVOR BODIN, grafisk designer i SUPERLOW/OSLO COLLECTIVE www.superlow.com online-versjon med back-katalog publiseres på www.bodin.no/dezine, feedback: halvor@bodin.no arbeider avbildet i dette nummer: VIKTIG, www.viktig.no titteltypografi af VIKTIG, brødeskrifont: SCALA musikk: MAGNET Duracellia demo drikke: ESPRESSO ekstrahert av Working The Blend-bønner fra MOCCA



Et utvalg illustrasjoner og cd-forside til «ANOTHER FOUR SEASONS»

VIKTIG er et nystartet designfirma bestående av Benjamin Stenmarck og Øystein Haugseth. Benjamin har hovedfag fra KHiO Visuell kommunikasjon og Øystein har økonomistudier og grafisk designutdanning fra Academy of Art i San Francisco.

Hva er viktig?

ØYSTEIN: Å alltid stille seg nettopp det spørsmålet.

BENJAMIN: Det er det vi spør oss selv om når VI Kommuniserer med Typografi, Illustrasjon og Grafisk design. Som Andrew Loog Oldham, Rolling Stones' første manager, sa: «it isn't just a band, it's a way of life.» Det kan vel i stor grad sies om VIKTIG også.

Hva er viktigst?

ØYSTEIN: Det en som regel får som svar.

BENJAMIN: Vi er VIKTIG og for oss er vel det for øyeblikket det viktigste.

Er det et strategisk-økonomisk valg å fokusere på kultur og klassisk musikk i tillegg til den personlige interessen?

ØYSTEIN: Strategisk, ja. Økonomisk, nei. Skulle jeg tenkt økonomi hadde jeg vel holdt meg til min økonomiske utdannelse. Men det var den personlige interessen som la grunnlaget for det strategiske valget. Gjennom Benjamins hovedfagsoppgave innen feltet har vi opparbeidet oss spesialkompetanse, og det var under hans prosess at vi så en mulighet til å ta for oss en nisje med lite nytenkning.

Det er åpenbart et skrikende behov for å revitalisere estetikken rundt klassisk musikk. Vi har sett det skje f.eks. med jazzmusikken i Norge. Det hang sammen med en gjensidig ny giv i selve musikken og i miljøet. Registrerer dere en større vilje til dette nå?

BENJAMIN: Produksjonen av klassisk musikk har de siste tiår vært enorm med et stort antall forskjellige innspillinger av det sentrale repertoar. Likevel har salget av produktene sunket drastisk. Den grafiske virksomhet har i denne sammenheng vist liten kreativitet, fantasi og nytenking, med unntak av enkelte høykostnadsproduksjoner. Kanskje dette skyldes at den klassiske bransje har vært for bevisst sine kvaliteter både i musikken og hos musikerne, og for trygg på målgruppen. Innen populær-musikken har vi derimot sett en frodig, ambisiøs og fantasifull holdning. Her ser vi et potensiale i å utvikle den visuelle drakten til klassisk musikk og dermed nå nye målgrupper.

BENJAMIN: Det avtagende markedet har gitt en klar beskjed om at den klassiske musikkindustrien

må endres. Med mine erfaringer med bransjen må jeg si at det må store endringer til. Den klassiske musikkbransjen preges fortsatt av konservative holdninger. Men noen har forstått at forandringer trenges.

Benjamin, hvordan vil du beskrive ditt praktiske hovedfag hvor du har laget en cd-bok med visualisering av Vivaldis «De fire årstider» og tilhørende sonetter (små dikt)? (Musikken er en versjon av Terje Tønnesen & Knut Johannessen i samspill med Det Norske Kammerorkester.)

BENJAMIN: Tittelen «Another Four Seasons» tar ironisk for seg problemstillingen med det enorme antall forskjellige innspillingsene som er blitt gjort av dette verket. Meningen er ikke å fremstille det som noe annet enn hva det er, men heller å vise at selv om dette er nok en innspilling, så er den annerledes. I vår egen tidsånd skildrer Tønnesen & Johannessen her naturen, med dens omgivelser og aktører, i musikken. De tilfører elementer fra dagens lydbilde inn i det tradisjonelle arrangementet. Med en blanding av eldre og nyere visuelle uttrykk som en etterlignet kobberstikk i blyant, fotografi og kjølig digital fargelegging printet på gammelt papir, overfører jeg musikernes teknikk til det visuelle uttrykk.

Tror dere på nyrekruttering til lytterskaren for klassisk musikk? Hvilken rolle kan nyskapning i forhold til innslag av fremførelsespraksis som f.eks. Terje Tønnesen & Knut Johannessen sin versjon av Vivaldis «De fire årstider» spille?

BENJAMIN: Den klassiske musikkindustrien har slitt den senere tid både i konsert- og mediesammenheng. Årsakene til dette kan være mange. Den klassiske musikken bærer på et åk i forhold til målgruppe med en historikk der den var forbeholdt de privilegerte i samfunnet. Bransjen har vist liten vilje og evne til å nå nye målgrupper. Forsøk som er gjort med å fremstille genren med popkulturens image er ikke blitt godt mottatt. Derimot har forsøk med nye formidlingsformer og spillestil gitt store utslag både i konsertbesøk og på platebarometer. Subkulturer som tidligmusikkbevegelsen og den rendyrkede samtidskulturen er gode eksempler. Ved bruk av barokkens spillestil og klangideal kombinert med våre samtidsidealer, som vi identifiserer oss med, vil musikken utvilsomt ha større muligheter for å treffe lytteren.

Hva er deres tanker omkring den typografiske tilstanden i samtidens grafisk design?

BENJAMIN: Jeg tror mange oppfatter typografien som konservativ og tradisjonell, med mange regler som det kreves særinteresse for å sette seg inn i. Derfor ser en ofte at dagens grafiske designer enten

behersker typografi eller ikke, med en tilbøyelighet til det siste. Dette fører ofte til mindre heldig fontvalg med variasjon for sin egen del, og en preferanse til stil fremfor funksjonalitet.

ØYSTEIN: Typografiens funksjon kan være så mangt, og her finnes det mange meninger. Vår mening er at typografien skal være vakker og introdusere oss til flere tolkninger og følelser. Dessuten er det særdeles viktig at typografien er fleksibel og passer med de andre elementene.

Hva er deres erfaringer med typografi fra skolemiljøer i Norge og San Francisco? Kan dere spore noen ulike tradisjoner, undervisning eller tilnærming?

BENJAMIN: Jeg ante ikke seriositeten av typografi før Øystein kom hjem igjen fra San Francisco. Vi har gått igjennom mye av det samme, men etter min oppfatning ligger listen mye høyere på den andre siden (når det gjelder typo riktignok)...

ØYSTEIN: «Man leser best hva man leser mest.»

Det jeg har sett av deres arbeider hittil bærer preg av grundig research, personlig engasjement og nåtidig håndverk og finish. Det virker som om dere ikke tillater dere slurv og omtrentligheter. Er det en foretrukket eller nødvendig arbeidsprosess? Er det også en protest mot utbredelsen av raske og kundestyrt arbeidsprosesser?

ØYSTEIN SVARER FOR BENJAMIN: Har ikke vært i bransjen lenge nok til å uttale meg om utbredelse av raske og kundestyrt arbeidsprosesser. Men vil helt klart foretrekke personlig engasjement og nåtidig håndverk i en arbeidsprosess.

BENJAMIN FOR ØYSTEIN: Jeg er kanskje struktur-fascist, og ser på det som en nødvendighet. Jeg tillater ingen form for slurv eller omtrentligheter.

Hvordan samarbeider dere? Jeg intervjuet Kjell Ekhorn og Jon Forss en gang, og de jobber slik at de alltid har fingrene i samme fatet. De gjør sjelden, om aldri, noe helt separat. Siden dere gikk sammen på barneskolen ble dere kanskje vant til å skrive av stilene til hverandre og hjelpe hverandre med prøvejuks?

BENJAMIN: Øystein er Befallkommandant fra militæret, jeg er militærnektet. Vi er dag og natt. Jeg ble faktisk tatt for prøvejuks på ungdomskolen ... tror det var Øystein som sladret.)

ØYSTEIN: Vi har bokstavelig talt kastet ball frem og tilbake fra vi var små. Vi kommer fra samme ulla, men har aldri vært som perler på en snor. Det er VIKTIG å se ting fra forskjellig ståsted når man jobber sammen.

BENJAMIN: Men vi kommer alltid frem til ett felles mål før vi starter. Jeg tror vi utfyller hverandre ganske bra, dag og natt henger jo sammen.

Kan dere si litt om hva dere jobber med nå, og prosjekter framover?

ØYSTEIN: Vi har akkurat satt i gang design av elementer til fremførelse av Mendelssohns «Elias». En diktsamling og et bokomslag er også under utarbeidelse.

BENJAMIN: Foruten det jobber vi med et prosjekt for en musikkfestival som vi ikke kan si noe videre om. Og selvfølgelig Vivaldi «Another Four Seasons» som forhåpentligvis blir omslag for en dvd.

Kan dere si noe om deres kampanjelogo for skobutikken Corso Como?

BENJAMIN: Elsk dine sko?

ØYSTEIN: Som deg selv!

Hva slags sko foretrekker dere selv og hva har dere på føttene nå?

ØYSTEIN: Det går som regel i Corso Como.

BENJAMIN: Hehe, nå faktisk røde og hvite Adidas «Attitude», men foretrekker Mentor.

