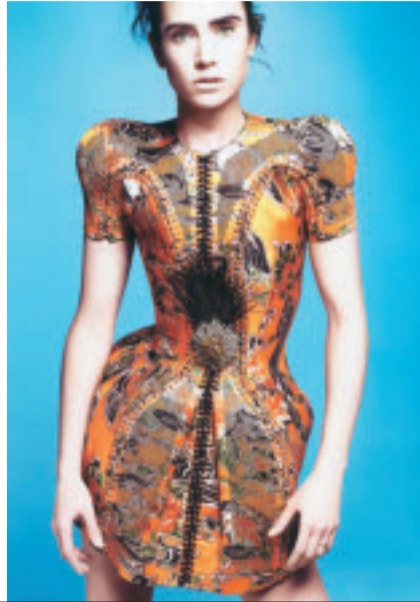


2

REKOMMENDERAT :



3

2 TV :

BABEL (SVT)

Jag måste nypa mig i armen för att sedan drabbas av extas. Hur kan ett program vara så här bra? Kristina Lugn samtalar om kausala samband i barndomen och Suzanne Brögger intervjuas!

/ C . R . F . N .

3 LITTERATUR :

INGMAR BERGMAN

Laterna magica (NORSTEDTS)

Personligen älskar jag klassikervurmen. Plötsligt kan man ligga utslagen i soffan och plöja k-märkt underbarnsprosa som om det inte fanns någon morgondag, bara gårdag. Tack, värdekonserverismen för alla nytugåvor, mina yrkesdagar är så behagliga. / B . a . K .

4 MODE :

BLEKFISSMINK (JELLY PONG PONG)

Att finna smink för den riktigt bleka kvinnan är en svår uppgift. Och att leta bland teatersmink efter rätt lakansvit nyans kan kännas lite emo. Nu presenterar flickorna i brittiska popgruppen Girls Aloud en välkommen lösning på problemet. De har sökt sig till chica engelska sminkmärket Jelly Pong Pong och tillsammans utvecklat Dainty Doll, en hel sminklinje för extremt bleka kvinnor. Linjen kommer innehålla toner från elfenben till porlän och lanseras den 18 april. / A . B .

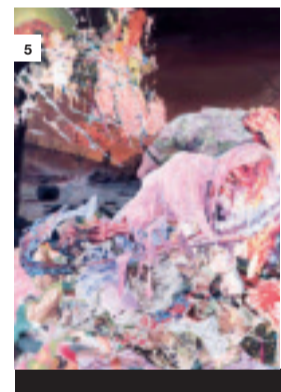
www.jellypongpong.com

5 KONST :

THE ICE CREAM SHOW

Galleri Loyal till 25 maj

Galleri Loyal är konstens motsvarighet till schlager — kitschigt, färgglatt och folkligt. Och som vi har väntat på en utställning med glasstema. / N . K .



MODE : MODET ATT HA KUL

Mode kan vara sjukt roligt. Det kan vara fånigt, fjantigt och alldeles underbart. Men mode är också förlöjligt, vilket kanske är anledningen till att det i Sverige är svårt att hitta något att skratta åt. I ett land där »modebevakning« traditionellt sett inneburit samma sak som »veckans roliga bild från en modevisning« i kvällspressen — gärna parad med en löjlig text om tights för män — är risken stor att den som gillar mode gör sig lite extra allvarlig så att ingen ska kunna säga att han eller hon sysslar med trams (det är tyvärr en rätt dålig strategi eftersom de allvarligaste också är de som är enklast att driva med). Resultatet blir därefter. Ingen tror att modemänniskor faktiskt skämtar ibland, att de har humor. Kanske är det till och med dags att ta till Magdalena Ribbings utväg. När hennes läsare inte fattade att hon var ironisk i sin etikettsspalt i DN började hon märka meningar med »obs: skämt« eller »obs: ironi«. Det är både synd och tråkigt, för modet och modevärlden är ett sådant tacksamt område för humor.

Jag tyckte till exempel Comme des Garçons fastsydda tafsande händer i förra årets höstkollektion var kul. Balenciagas blomliga quarterbackklänningar för våren är också roliga för att de får skådespelerskan Jennifer Connelly att se ut som ett fullständigt miffo i den egna annonskampanjen. Och vad är John Gallianos frisyr om inte stor humor? Skribenten Hadley Freeman är väldigt underhållande när hon på ett torrt sätt svarar på »läsarfrågor« i brittiska dagstidningen Guardian (trots att hon är amerikan). Och de allra bästa texterna under de gångna modeveckorna var när New York Magazines

modeblogg The Cut »översatte« visningsrecensioner: de förvandlade Style.coms eleganta beskrivning av hur publiken på Bottega Veneta drog efter andan när en modell med en vackert skuren seglarkavaj över ett par grå flanelbyxor gjorde entré till »Everyone who audibly gasped really just needs to get laid«. Chans chefsdesigner Karl Lagerfelds uppenbarelse är så bisarr att han har uppnått den åtråvärda positionen som någon man både kan skratta åt och respektera, även när han i septembernumret av omgjorda amerikanska Elle svarar på frågor som »What's your favorite junk food?« med »A hamburger. I was born in Hamburg.«

Inget av detta finns tyvärr i Sverige. Inflikar någon »... men mode ska ju vara kul!« menar han eller hon fortfarande att folk inte ska ha ångest för att de är osäkra på om skinnjackan funkade även denna vår. Kanske är det bara en barnsjukdom. Kanske kommer detta lilla efterblivna land någon gång inse att man kan älska mode och samtidigt skratta åt sig själv.

Till dess gråter jag en tår över att ingen längre gör bort sig klädmässigt på Oscarsgalan, och hänflinar åt Burberrys ohyggligt fula Warriorväska.

/ A . a . G .



MODE :

BRITTSOMMAR

Lite i skymundan av mer crazy brittiska kollegor har gamla tröjtillverkaren Pringle of Scotland återlanserats som lyxvarumärke. Med hjälp av pengar från Hong Kong påbörjades omvandlingen redan runt millennieskiftet, och man har de senaste åren visat i Milano. Kanske är det tack vare att det aldrig varit någon specifik person som representerat varumärket som gör att det känns ovanligt lyckat, inget storstilat »förflutet« att hänga upp designen på liksom. Förutom möjligtvis ull då, för

designern Claire Wright-Keller gjorde faktiskt ett antal fantastiska rockar och stickade klänningar till visningen i februari. Och trots att hennes tidigare arbetsgivare heter Gucci känns Pringle mycket mer som något rejält brittiskt, blandat med lite piffigt franskt. / A . a . G .

PRINGLE OF SCOTLAND *finns att köpa på Homerun, Underbar och Paul & Friends.* www.pringle-of-scotland.com