

# Planlegging av design

Design er en viktig del av et tidsskrifts identitet, av hvordan det oppfattes og leses. Den visuelle formgivningen skal tilrettelegge materialet slik at leseren får en best mulig opplevelse. Det gjør også redaksjonens arbeid lettere både i planleggings- og produksjonsfasen ved å skape oversikt og system.

Uansett om du skal kommunisere med en designer eller prøve å snekre sammen et blad på egen hånd, må du først stille deg selv en rekke spørsmål. Hva slags blad skal du lage? Hvem skal lese det? Hvordan skal du organisere stoffet ditt? Hvordan skal du få noen til å ville lese det?

## HVORFOR TENKE DESIGN?

Et vellykket magasindesign fungerer fordi det bidrar til å formidle innholdet i bladet, i tråd med redaksjonens intensjoner. Det innebærer at intensjonene bør være gjennomtenkt og tydelig formulert, og at en enighet om hvordan de skal formidles eksisterer mellom redaksjon og formgiver.

*Formgivningen bør bidra til å:*

- gi tidsskriftet en tydelig identitet som gir de ønskede signaler om innhold og målgruppe
- organisere stoffområder og struktur, til fordel for både leser og redaksjon
- dramatisere tekst gjennom layout, typografivalg og eventuell bildelegging

## HVORDAN PLANLEGGJE TIDSSKRIFTETS DESIGN?

**1. Identitet** Hva er bladets personlighet og stemme? Hvordan kan den kommuniseres visuelt?

Prøv å definere noen «personlighetstrekk» for bladet ved å tenke motsetninger og hvor bladet er på en skala mellom disse. F. eks: Sofistikert – folkelig /Autoritet – venn/Objektivt – subjektiv/Sobert – støyende. Se på andre tidsskrifter og prøv å analysere hva dere liker/ikke liker og hvorfor. Hvilke trekk ved designet er forenlig med identiteten til bladet deres?

**2. Leserne** Hvem er leserne? Hvordan bruker de bladet? Hva ønsker de å oppnå/ ta til seg ved lesing? Er de ute etter referanseinformasjon? Fordypning? Vil de oppdatere seg raskt på et spesifikt felt? Har dere eldre lesere som har problemer med å lese liten skrift? Tenk på hvordan dere kan tilrettelegge bladet slik at leserne får mest mulig utbytte av det.

**3. Bygg en malstruktur** Hvilke behov skal designet oppfylle? Hvordan er innholdet strukturert? Er det mye tekst? Faste spalter? Forskjellige avdelinger etter tema? Behov for fakta- og informasjonstekster? Lange kildelister? Mye bilder som skal integreres? Alt dette er hensyn som bør tas med i planleggingen. Lag en oversikt over mulige behov og se på hvordan disse kan løses i utformingen.

*Ved å lage en klar struktur på bladet kan man oppnå:*

- enklere redigering og tilrettelegging
- raskere og ryddigere produksjon
- gjenkjennelighet hos leserne, enklere navigering
- rytme og variasjon

#### 4. Typografi

Hvordan skal bladet leses? Hvilke tekstnivåer trenger dere? Hvordan skal typografivalgene forholde seg til bladets visuelle identitet?

Tekstnivåer f.eks.

- overskrift
- ingress
- mellomtitler
- brødtekst
- bildetekster
- byline

#### 5. Velg et bildespråk

Hva slags bildeuttrykk er forenlig med bladets identitet? Reportasje- og nyhetsbilder? Visualisering av abstrakte konsepter? Formelt/uformelt? Personlig uttrykk?

For et lavbudsjetts tidsskrift vil utfordringen alltid være å skape et konsekvent uttrykk innenfor de tilgjengelige ressursene. Bildebaser, både de frie og de rimelige, er et godt utgangspunkt, men det krever en del å finne fram til bildene som bidrar til formidlingen framfor å bare fylle plass på siden. Noen ganger er kanskje bildet unødvendig?

#### 6. Bruk bilder og layout til å fortelle historien

Hva er hovedbudskapet i teksten? Hvordan kan dette forsterkes og utbygges ved hjelp av bilder og design? Tenk formidling av innhold, ikke bare form.

BILDER som bare gjentar tekstens budskap, eller bildelegger et uviktig aspekt, gir ikke leseren flere innganger til fortellingen. Finnes det en parallell fortelling som kan bidra til forståelsen av teksten, og som kan bringes fram gjennom bildene?

GRAFISKE GREP: kan deler av teksten trekkes ut og synliggjøres for å forsterke formidlingen? Tenk faktabokser, sitater, grafer, osv.

#### 7. Coveret/omslaget

Coveret er din salgsplakat. Men hvor skal den selge? Har du primært abonnenter, og lite løssalg, kan du velge andre løsninger enn hvis du skal synes på Narvesen. Har du høy gjenkjennelighet hos leserne kan du prioritere identitet framfor kommunikasjon, men hvis du skal tiltrekke deg den tilfeldige leseren vil det kreves mer direkte formidling av bladets identitet og innhold.

En sterk logo kan bidra til gjenkjennelse, men kan også gjøre det vanskelig å videreutvikle det visuelle uttrykket. Et gjenkjennelig coverdesign kan også fungere som en logo.

Et godt bilde vil alltid fungere, men krever ressurser. Et strukturert og grafisk sterkt design gir deg muligheten til å variere bildebruken men beholde gjenkjennelighet.

*Se egne ark om malstruktur, typografi og bildespråk.*