

De
osynliga

st_ä_derna

-BEACH!



Osynliga

De osynliga stränderna

- en omvanling och undersökning av boken
De osynliga städerna

Milena Karlsson

-BEACH!

Examensarbete 15 hp
Kandidatprogrammet i design 180 hp
Högskolan för Design och Konsthantverk
Göteborgs Universitet
Göteborg
Vårterminen 2012

Abstract

My project is an interpretation and exploration of the book *The Invisible Cities* by Italo Calvino. It is a play on the Swedish words for cities and beaches. By adding the letters R and N the word for cities in the title transforms into the word for beaches. The project is equal parts a color investigation and an exploration of new working methods as it is a development of my approach to graphic design. My aim was to, through a visual, conceptual and playful investigation create a new interpretation of the book *The Invisible Cities*. By identifying systems, language and details I tell a story about travelling and charter trips. The journey starts in the book and ends on the beach of Karpathos.

Keywords:

Graphic Design, Method, Color, Playfulness, Journey of discovery

Förord

Stort Tack till min handledare Jonas Fridén, examinator Pascal Prosek samt
opponent Maja Hammarén.

Tack till Italo Calvino för att du skrev *De osynliga städerna*
och Tack charterresan!

Innehållsförteckning

Titelsida s.1

Abstract s.2

Förord s.3

Innehållsförteckning s.4

Inledning s.5

Mål s.5

Syfte s.5

Bakgrund s.5

Frågeställningar s.6

Avgränsningar s.7

Genomförande s.8

Observation s.8

Idégenerering s.9

Omvandling s. 10

Visualisering s. 12

Resultat och slutsats s. 13

Resultat s. 13

Utvärdering s. 17

Reflektioner över arbetsprocessen s. 18

Källförteckning s.20

Bilaga 1.21

Bilaga 2.22

Bilaga 3.23

Bilaga 4.24

Bilaga 5.25

Bilaga 6 s.26

Bilaga 7 s.27

Inledning

”Det är inte säkert att Kublai-khan tror allt som Marco Polo säger, när Marco beskriver de städer han besökt som kejsarens sändebud, men alldeles säkert fortsätter han att lyssna på den unge venetianaren med mer nyfikenhet och uppmärksamhet än han ägnar någon annan av sina utsända eller någon av sina övriga upptäcktsresanden.”¹

Mål

Min avsikt var att med utgångspunkt i boken *De osynliga städerna* av Italo Calvino undersöka färg samt designmetodik under begreppet grafisk design. Att skapa ett nytt innehåll utifrån något redan existerande är min strategi för undersökningen. Min önskan var också att förstå hur en designprocess i ett utforskande projekt kan struktureras. Tanken var att jag i den inledande fasen undersökte ett berättande genom färg parallellt som jag sökte förståelse och observationer i boken. Efter en sammanställning av skiftande ingångar och analysering skulle jag övergå till idégenerering, omvandling och slutligen visualisering.

Jag ville att en lekfullhet skulle genomsyra projektet och låta idéerna få utrymme att undersökas under processen. Målet med mitt examensprojekt var att skapa en artefakt utifrån ett utforskande av format och metod som leds av ett styrande koncept.

Syfte

Syftet har varit att utforska grafisk formgivning samt undersöka metoder för att genomföra designprojekt. Varje detalj är betydelsefull och påverkar hur ett verk tolkas och upplevs. Inom projektet ville jag även låta ett koncept bli styrande vad gäller val av teknik och format så långt det var möjligt, lägga vikt vid de små detaljerna och att projektets delar ska fungera i symbios. Syftet är att inom de förhållandevis tydliga ramarna våga låta en idé ta plats och bli vägledande, experimentera och hitta ett sätt att behålla en trygghet i osäkerheten under processen.

Bakgrund

Att hämta utgångspunkten ur en text är något jag återkommer till och har varit utgångspunkten i flera av mina projekt under min tid på HDK. Jag tycker det är ett väldigt roligt arbetssätt som medför många upptäckter och

bidrar till en process som jag tycker är inspirerande och lärorik. Boken fungerar som inspiratör, vägledare och färgar uttrycket och resultatet.

De osynliga städerna av Italo Calvino ligger mig varmt om hjärtat och jag har under en tid haft viljan att arbeta med den ur ett grafiskt designperspektiv. I boken beskriver Marco Polo 55 städer för kejsaren Kublai-khan. Städerna och minnet, städerna och längtan, de tidlösa städerna och så vidare har alla olika egenskaper. Dock glider bilderna samman och man frågar sig om det endast är 55 olika beskrivningar och perspektiv på samma stad, nämligen Marco Polos hemstad Venedig.

Frågeställningar

En del av frågeställningarna är enkla att besvara medan vissa har blivit mer intressanta för projektet. Min mest genomgripande frågeställning handlade om hur grafisk formgivning kan förhöja och förtydliga upplevelsen av ett verk. Jag eftersträvade en medvetenhet i val av material och utformning som skulle passa konceptet på ett självklart sätt. Jag var även intresserad av hur en och samma bild kan tolkas på olika sätt, att till exempel resa genom en rubrik. Detta blev grunden i färgundersökningen och det var till viss del här jag hittade charterresan.

Att utställningen skulle vara med i tankarna var redan från start en viktig utgångspunkt. Frågor kring besökaren och hur delaktighet i verket kan uppstå kom under en tidig idé om att sortera ut färger beroende på hur betraktaren rörde sig. Denna idé omformades när konceptet stakades ut men tanken om en delaktighet mellan verket och besökaren fanns med under hela projektet.

I samband med detta kom även frågorna kring ett mer övergripande tema nämligen min strategi för att genomföra detta projekt. Jag har under tidigare projekt aldrig riktigt haft någon benämning på de olika faserna i processen. Arbetet har fortskridit men det har ibland varit svårt att lämna en fas som varit inspirerande och ta beslut för att komma framåt. Jag ville undersöka om det underlättar att ha en tydlig struktur och om den är applicerbar till denna typ av utforskande projekt. Senare frågeställningar kom utifrån val av koncept och handlade om hur det går att tolka innehållet till att berätta något om idag som vi kan relatera till. Om varför charterresan är så omåttligt populär och hur det kommer sig att motiven i katalogerna och reklamen inte är mer varierad.

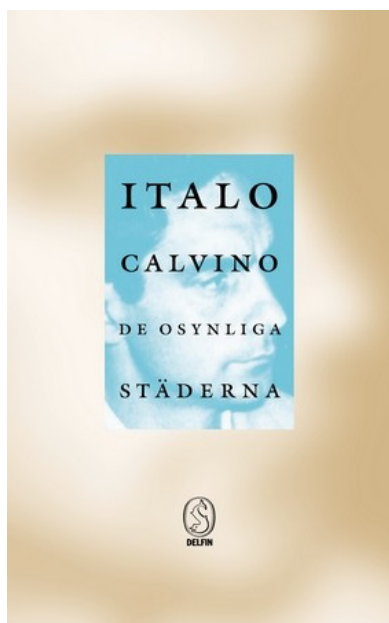
Avgränsningar

Färgundersökningen tillsammans med boken *De osynliga städerna* var utgångspunkten. Boken har som jag hoppades på fungerat som en inspiratör och vägledare under projektet och har avgränsat samtidigt som den öppnat dörrar under processen. Jag har hela tiden dragit idéer genom boken och tagit bort de som inte fungerar. Färg är ett stort tema men efter att konceptet om stränderna och charterreklamen formulerats var det ett självklart val att begränsa undersökandet till denna plats.

Att undersökandet av färg skulle göras genom affischformatet var både en praktisk och lite besvärligt beslut. Jag tror detta bidrog till att jag fastnade i tanken om att slutresultatet även var tvunget att bli en affischserie. Att faktiskt ta en titt på format som charterbolagen använder kom efter mitt-redovisningen då det var dags för undersökningen att visualiseras.

Not

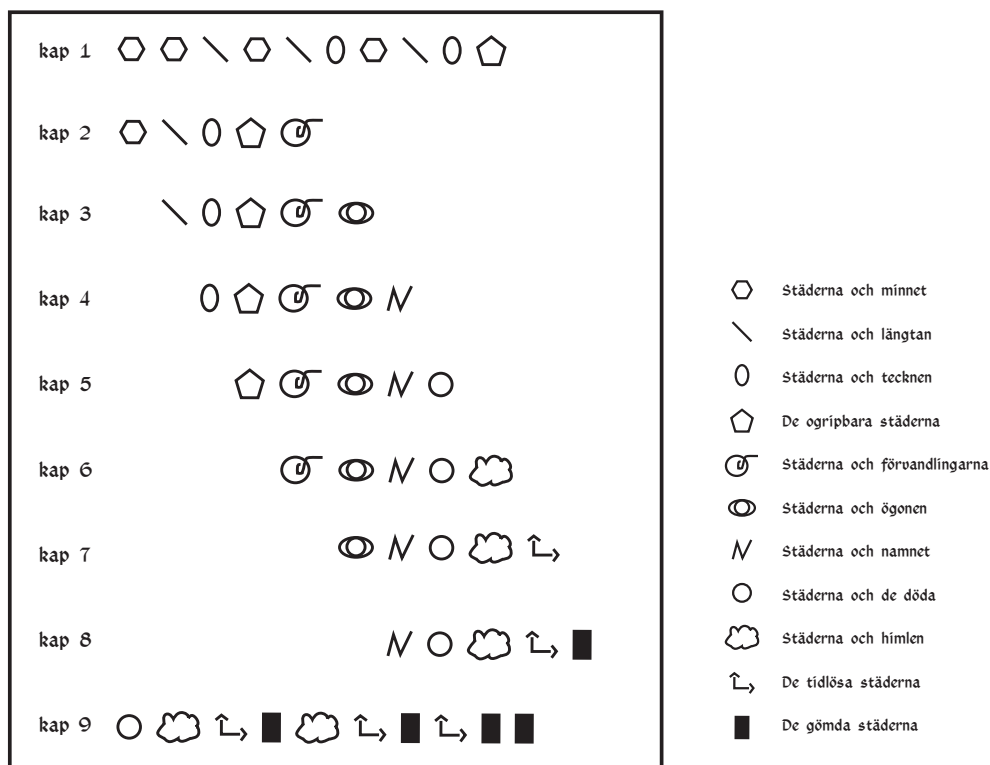
¹ < Calvino, *De osynliga städerna*, s. 11



Albert Bonniers utgåva av De osynliga städerna.

Genomförande

Jag presenterar här de olika faser jag valt att organisera min process efter. Ibland är verkligheten inte så linjär då jag varit tvungen att tidvis gå tillbaka till en tidigare fas för att komma på banan igen. Det har ändå varit till stor hjälp att ha benämnt och strukturerat arbetet efter rubrikerna observering, idégenerering, omvandling och visualisering.



Identifiering av system i innehållsförteckningen.

Observation

Projektet började i två parallella delar. Dels läste jag boken i flera omgångar och försökte identifiera strukturer och mönster, tolka och analysera för att få idéer till ett koncept att arbeta vidare på. Den andra delen var ett mer intuitivt sökande genom att testa färg genom affischformatet och applicera tankar från observerandet av boken. Under informationssamlandet fick jag många idéer. Jag var ute efter ett koncept där jag både kunde arbeta med min metod, där en lekfullhet skulle vara närvarande och där jag skulle få möjlighet att undersöka grafisk form.

I boken identifierade jag ett system i innehållsförteckningen. Detta var något jag upptäckte när jag ritade en enkel figur för varje rubrik som jag ordnade efter kapitelindelningen. Första och sista kapitlet innehåller tio delar, kapitel två till åtta innehåller fem och varje rubrik återkommer fem gånger i boken enligt ett mönster. ^(se bild, s. 8) Denna upprepning och struktur var något jag ville ta fasta på och använda i utformningen.

Omslaget till boken var en annan del som satte igång tankeprocessen. Element som sandfärgen, den blå rektangel med fotografiet av Italo Calvino, delfinen som är bokförlagets symbol var delar jag observerade och tog med vidare under projektet.

Nyckelord:

Grafisk Design, Metod, Färg, Reflektion, Lekfullhet, Upptäcktsresa

Idégenerering

Det jag fastnade för i boken var beskrivningarna av resandet och upprepningarna i systemet. Att det i boken är 55 olika städer som beskrivs men att man i slutet anar att det endast är olika perspektiv på samma stad var något jag ville arbeta vidare med. Under några dagar provade jag en idé om att utgå från samma bild men använda mig av systemet för att placera screenramen olika och därmed skapa unika tryck och variationer utifrån CMYK-färgerna. ^(se bilaga 1-3) När jag sedan analyserade trycken tyckte jag att det var ett spännande sätt att undersöka färg på, men att det saknades en enkelhet och ett tema att arbeta vidare med. Jag skalade av så mycket som möjligt för att hitta en ingång och det var när jag tryckte endast en blå färg som jag hittade havet. ^(se bilaga 4)

En plötslig förgrening var när jag adderade bokstäverna r och n till bokens titel. Då skapades stränderna istället för städerna och jag hittade då temat och enkelheten jag sökte och därmed charterresan. Jag började undersökta charterbolag som Apollo, Ving och Fritidsresor och upptäckte att de med små undantag alltid har stranden och det turkosblå havet som motiv. Jag började leka med tanken att stranden på charterreklamen för Thailand skulle kunna vara samma strand som den på Kreta eller Kanarieöarna. ^(se bilaga 5)

Konceptet förmlerades:

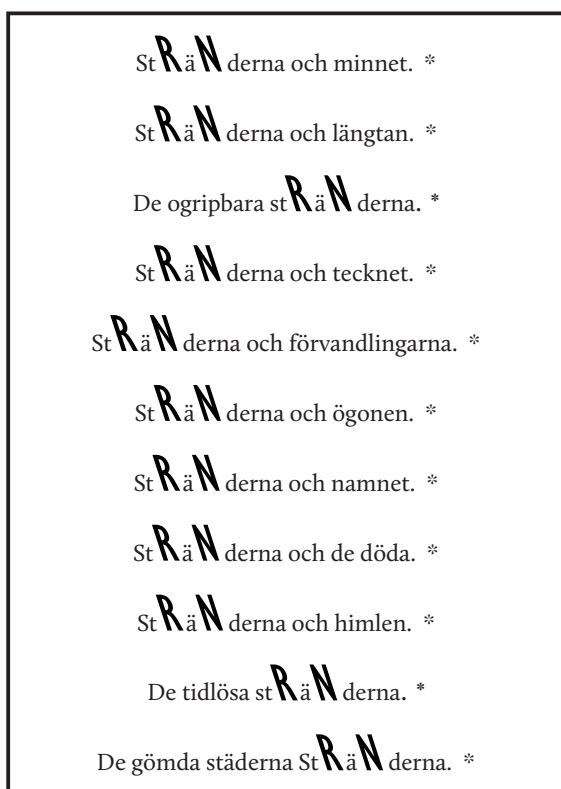
De osynliga st_ä_derna

+

R & N

=

De osynliga st R ä N derna/Charterresan



Rubriker ur De osynliga städerna + R och N

Omvandling

Efter att ha haft lite problem att omvandla alla observationer till ett format återvände jag till boken och chartern igen. Charterbolagens kataloger innehåller precis den upprepning jag sökte. Det är i princip exakt samma bild som upprepas sida efter sida. Det finns även kopplingar som längtan, minnen och tidlöshet i rubriker och slogans som också återknyter till boken. Marco Polo beskriver 55 städer för Kublai-khan. Dessa städer blev stränderna i charterkatalogen där jag även hittade resmålen. Reklamformatet Eurosize som återfinns vid busshållplatser och affischeringsställ passar bra

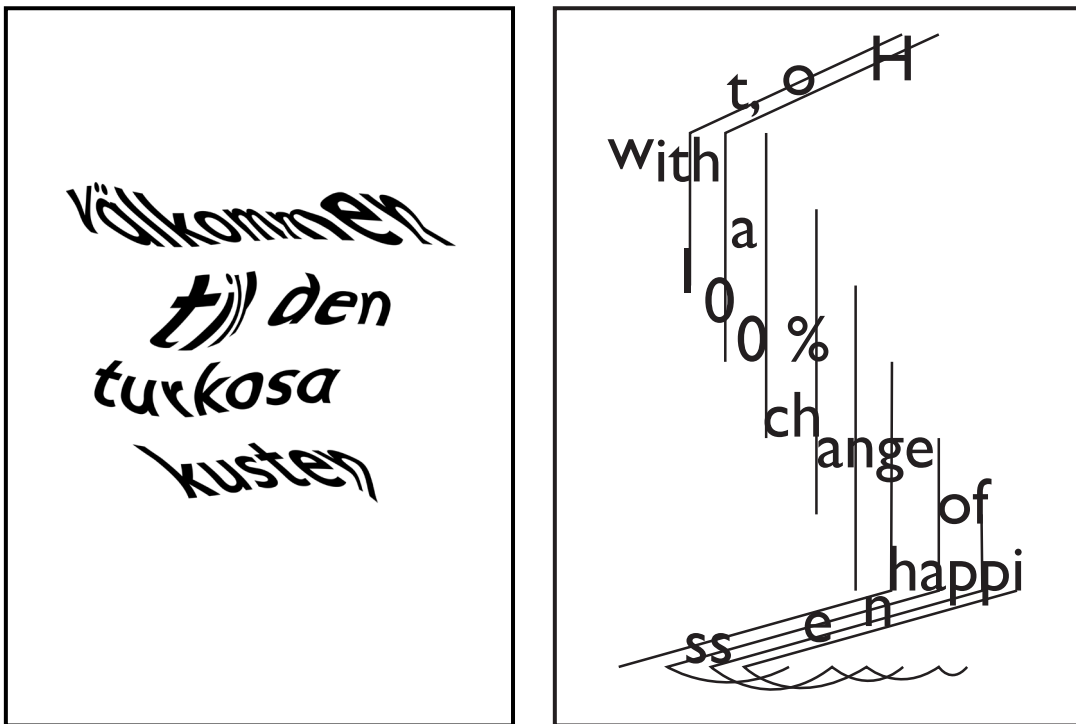
till utställningen då den är mycket större än det vanliga affischformatet nämligen 120 x 180 cm. Att dela upp informationen och göra två produkter var en lättnad och hjälpte mig att sortera innehållet.



Upprepning i charterkataloger. 2,3,4

Även att utgå från bokens formgivning och färger var naturligt då jag beslutat att den skulle vara min inspiratör och bollplank. Att omslaget hade en sandfärg, att fotografiet på Italo Calvino skulle kunna vara poolen eller havet och delfinen omvandlades till palmen var element jag inspirerades av. Jag valde att använda mig av samma bild genom hela katalogen för att understryka upprepningen och idén om det skulle kunna vara samma plats som fotas till alla reklamannonser. (se bild ovan) Formatet på min katalog är en symbios mellan boken och charterkatalogerna. Solresor, Ving, Fritidsresor och Apollos kataloger har formatet A4 medan boken *De osynliga städerna* har formatet 12,5 x 20 cm. Jag beslöt att förstora bokformatet upp till charterkatalogen men behålla förhållandet mellan bredden och höjden.

Jag undersökte även många olika sätt att arbeta med typografin. Olika typsnitt och olika sätt att omforma texten. (se bild, s.12) Efter att ha analyserat mina undersökningar beslutade jag mig återigen gå tillbaka till en enkelhet och valde Calluna som jag tycker markerar släktskapet till den skönlitterära boken och Malcom som återkopplar till charterkatalogen. De delar som är satta i Malcom återfinns i affischen medan de satta med Calluna stannar i katalogen.



Exempel på typografiundersökning.

Visualisering

Efter att ha provat att screentrycka gradienter i flera omgångar och efter att ha gjort en djupdykning ner i charterkatalogerna insåg jag att screentrycket inte passar det slutgiltiga resultatet. Det var svårt att få till övergångar och få färgen att täcka hela pappret. (se bilaga 6-7) Den artificiella känslan som charterreklamen signalerar kom inte heller fram tillräckligt mycket. Jag beslöt mig för att digitalprinta katalogen dels för att kunna skriva ut på ett papper med så låg ytvikt som möjligt men även komma så nära känslan av en riktig charterkatalog. På grund av tidsmässiga skäl hann jag inte undersöka möjligheterna att trycka i offset eller att digitalprinta en upplaga. Jag ser dock detta som en naturlig vidareutveckling till utställningen senare i vår.

Limbindning fick jag tillfälle att göra på Fotohögskolan. Pappret för inlagan är Multi Art Matt 70 gram, en semi-gloss bestruken kvalité som låg nära det resultat jag eftersträvade. Till omslaget testade jag två olika papper, ett obestruket och ett semi-gloss. Som förstahandsval hade jag det bestrukna semi-gloss pappret men eftersom jag var osäker på hur limbindningsmaskinen klarade av ett sådant glättat papper i kombination med min inlaga så limband jag även en variant med obestruket Scandia 2000 papper.

Det var viktigt för mig att katalogen och affischen skulle fungera tillsammans. Formatet för affischen är även här en symbios mellan katalogen och Eurosize-formatet och blev 110 x 180 cm. Printat på samma semi-gloss papper som omslaget till katalogen.



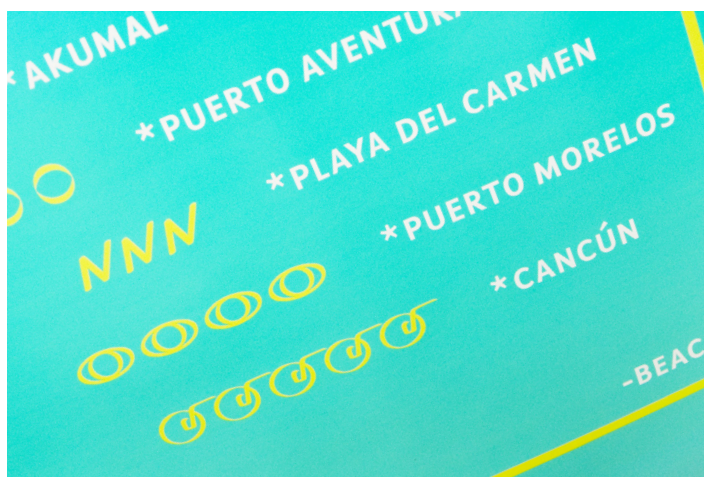
Limbinding på Fotohögskolan.

Noter

- ² < Apollo, sommar 2012.
- ³ < Apollo, vinter 2011/2012.
- ⁴ < Fritidsresor. Dagarna du minns. 2011

Resultat och slutsats

Genom att addera bokstäverna R och N till den ursprungliga boken omvandlar jag Italo Calvins bok till en charterkatalog och en affisch. Varje rubrik är hämtad ur boken och har en färgnyans som gör att varje kapitel bildar en gradient, en strand. Totalt finns nio stränder och kapitel och affischen Glittrande utsikter är nr 6 ur katalogen. Nyanserna i gradienten är även de hämtade från detta kapitel. Destinationerna är placerade på samma sätt som i katalogen och de gula symbolerna är en koppling till betygsättningen i charterkatalogerna och fungerar som en navigatör. Varje kapitel inleds med en slogan och ett område dit charterbolagen reser. Inom de nio kapitlen hittar man destinationerna och en bild på en strand som gömmer sig bakom en blå färgnyans. Denna bild återkommer men flyttas något mellan varje rubrik genom hela katalogen. Med detta vill jag förstärka idén om att det skulle kunna vara samma strand som alla foton är tagna på, men att kameran endast är vinklad åt olika håll. Min charterresa börjar i Italo Calvins bok och slutar på stranden i Karpathos.



Affischen Glittrande utsikter, kap. 6.



Omslag till katalogen.



Kolofon och kap. 1.



Symbolerna fungerar som navigatör.



Uppslag kap. 9.



Uppslag kap. 2.



Charterdestination kap. 2.

Utvärdering

Projektet hade en rad mål som skulle uppfyllas och undersökas. Ett av målen var att utforska färg och hur man med hjälp av små medel kan berätta en historia. Det blev den blå färgen som fick huvudrollen efter mitt undersökande av charterreklamen.

Att skapa ett nytt innehåll utifrån något redan existerande som i detta fall varit *De osynliga städerna* är en metod att arbeta med grafisk formgivning och något jag tycker är väldigt spännande. Att det blev just charterresan handlar nog mycket om den parallella färgundersökningen och att det var enkelt att göra små tillägg för att konceptet skulle uppstå. Perioden då detta examensarbete pågick kan även bidragit till att valet av koncept blev charterresan då varje reklampelare och spårvagn hade reklam för Apollo, Ving eller Fritidsresor.

Jag vill att verket ska inrymma en viss tolkningsfrihet. I katalogen hittar man i kolofonen en ekvation som talar om hur omvandlingen skett. Jag kommer undersöka om en ytterligare förklaring krävs eller om detta är tillräckligt. Den stora affischen tror jag kommer fungera bra på utställningen. Jag kommer trycka upp fler exempel för att förtydliga kopplingen till katalogen. Katalogen blir ett slags uppslagsverk som ger betraktaren ledtrådar till affischens utformning och betraktaren kan på det viset interagera med verket.

Målet att låta idéer få utrymme och undersökas visuellt har min indelning av processens faser hjälpt till med. Att låta lekfullheten, experimenterande få ta plats bidrog till att känna ett lugn och jag lyckades behålla fokus. Även målet att val av teknik och format som är kopplat till konceptet tycker jag är uppfyllt. Det är spännande hur ett koncept leder en genom processen och visar nya vägar och resultatet blev en symbios mellan de två utgångspunkterna.

Genom min undersökning av charterkataloger, reklamaffischer och den skönlitterära bokens visuella uttryck har jag fått ökad förståelse för den grafiska formgivningens betydelse för upplevelsen av ett verk. Pappersval, tryckmetoder och typsnittsval har alla stor betydelse och berättar om användande, målgrupp och hur produkten ska läsas. Att omvandla den skönlitterära boken till charterkatalogen kan ses som en klassresa nedåt. Jag tycker detta är en spännande undersökning och något jag gärna utforskar vidare i framtiden.

Projektet har både varit oerhört utvecklande för mig som person samtidigt som det har hjälpt mig stärka min identitet som grafisk formgivare. Att lekfullheten och spontanitet har varit ledord under projektet tror jag har hjälpt mig att släppa tyglarna och bara följa med i olika tankespår. Jag tycker mig ha funnit en metod att arbeta med grafisk design och fått en fördjupad insikt kring formgivningens potential och betydelse. På detta sätt genomsyrade upptäcktsresan både processen och konceptet.

Längtan, minnen och förhoppningar är reklamens språk. Charterresan inger en trygg bekvämlighet snarare än en djärv äventyrlighet med en känsla av; man vet vad man får. Möjligheten att välja hotell efter prisklass, all inclusive, semi inclusive, spa eller nära till stranden gör att man får känslan av att det finns något för alla. Bilderna i katalogerna och i reklamen är desamma: ett turkost hav med en palm och en strand. Det är precis så osvenskt vi vill ha det. Trots det är charterresan kanske något av det svenskaste vi har. År 2007 reste 2 miljoner svenskar på solresor.⁵ Idén om att erbjuda en resa som är enkel och i förväg ordnad för den enskilda resenären har överlevt både finanskriser, börskrascher och katastrofer.

Reflektion över arbetsprocessen

Att skapa en tydlig struktur i arbetet har hjälpt mig mycket i processen. Eftersom projektformulering var så öppen var det desto viktigare att ha något fast som boken att utgå ifrån. Boken blev nästan som en samarbetspartner som jag bollade idéer med.

Jag har även i detta projekt verkligen gett tid åt den visuella undersökningen. Bland det viktigaste jag fått med mig är tanken om att "bara göra". Jag har fått tid till att verkligen undersöka och göra en djupdykning i något som jag finner väldigt intressant.

För att förtydliga processens olika faser valde jag att dela upp projektet under fyra rubriker. Denna fyrstegsraket var observation, idégenerering, omvandling och visualisering. Att sätta ett namn och en tydlig struktur på dessa faser under processen har varit till stor hjälp. En otroligt enkel sak att se i efterhand men som desto viktigare bidrog till ett lugn i att inte alltid veta exakt hur projektet skulle sluta och att känna en trygghet i osäkerheten.

Observationerna och idégenerering gick smärtfritt. Konceptet stakades ut och idéerna formulerades. Jag sökte efter förståelse och ingångar i boken samtidigt som jag bosatte mig i screenvektaden för testa de idéer som genererades. Att direkt prova en idé för att få en visuell upplevelse är något jag kommer ta med mig i framtiden och gav mig en tydligare bild av vad jag ville få fram. Ett tag var högen av tester och undersökningar nästan överväldigande och jag var tvungen att ta ett steg tillbaka och observera på nytt. Beslutet att det var charteridén som jag skulle arbeta vidare på var inte svårt. Nya frågor kring charterresande formulerades och omvandlingen var igång.

Efter mitt-redovisningen var ett format dags att bestämmas och den visuella fasen skulle slutligen inledas. Jag hade under denna period väldigt mycket information och olika delar som jag ville få ut till en artefakt och det var inte förrän jag tog ett steg tillbaka och återknöt till konceptet som knuten löstes upp och två format bestämdes. Det var även under denna tid jag tog beslutet om att resultatet inte skulle vara screentryckt. Jag bestämde mig för att återigen dra förändringar genom boken.

Detta projekt har varit väldigt utforskande, lärorik och inspirerande på många sätt. Att skapa ett nytt innehåll utifrån något redan existerande är en metod att arbeta med grafisk formgivning och något jag kommer fortsätta att göra även i framtiden. Ta beslut och lita på att det blir bra tillslut är något jag kommer ha mycket användning av som grafisk designer. Jag känner mig trygg i att ha en struktur för designprocessen formulerad och ser fram emot framtida utforskande.

⁵ < http://www.ne.se/static/utskick/nyhetsbrev/resources/09v24_prosp_rep2.jsp (2012-04-01)

Källförteckning

Bok

Calvino, Italo (1978). De osynliga städerna. Utgiven 1999 Stockholm: Albert Bonniers Förlag

Internet

< <http://www.apollo.se/se/valkommen/pages/valkommen.aspx> >
(2012-03-30)

< <http://www.fritidsresor.se/> >
(2010-03-30)

< <http://http://www.ving.se/> >
(2010-03-30)

<http://www.ne.se/static/utskick/nyhetsbrev/resources/09v24_prosp_rep2.jsp>
(2010-04-01)

Kataloger

< Apollo, sommar 2012.
Tryckt 2011, Horsens: Apollo och Citat AB

< Apollo vintern 2011/2011.
Tryckt 2011, Horsens^v: Apollo och Citat AB

< Fritidsresor. Dagarna du minns.
Tryckt 2011, Danmark: Fritidsresor i samarbete med Chiffer och John Bark Graphic Design.

Bilaga 1



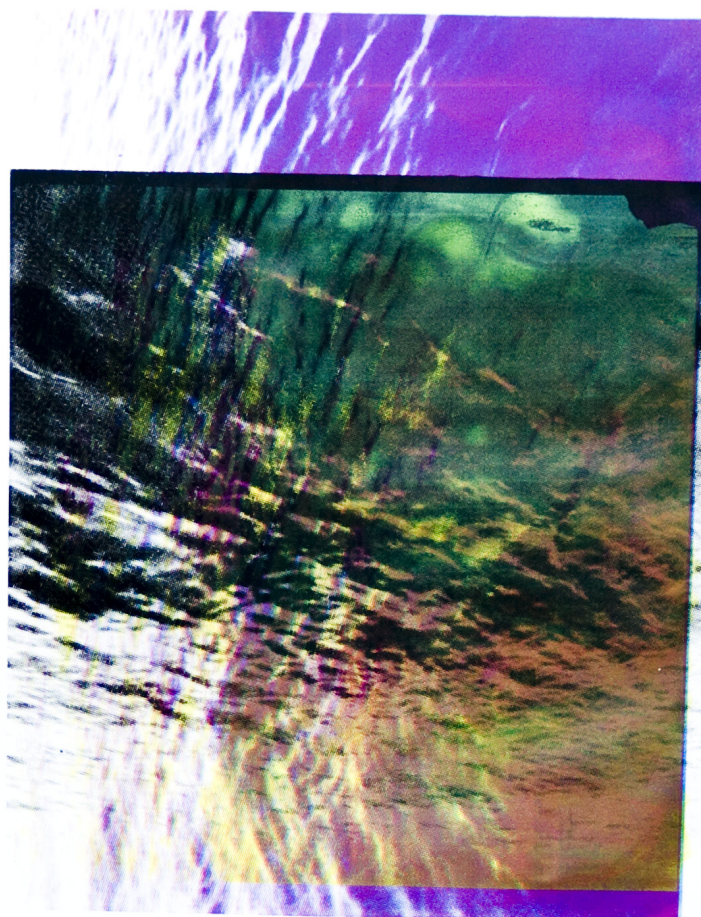
Screentryck 1

Bilaga 2



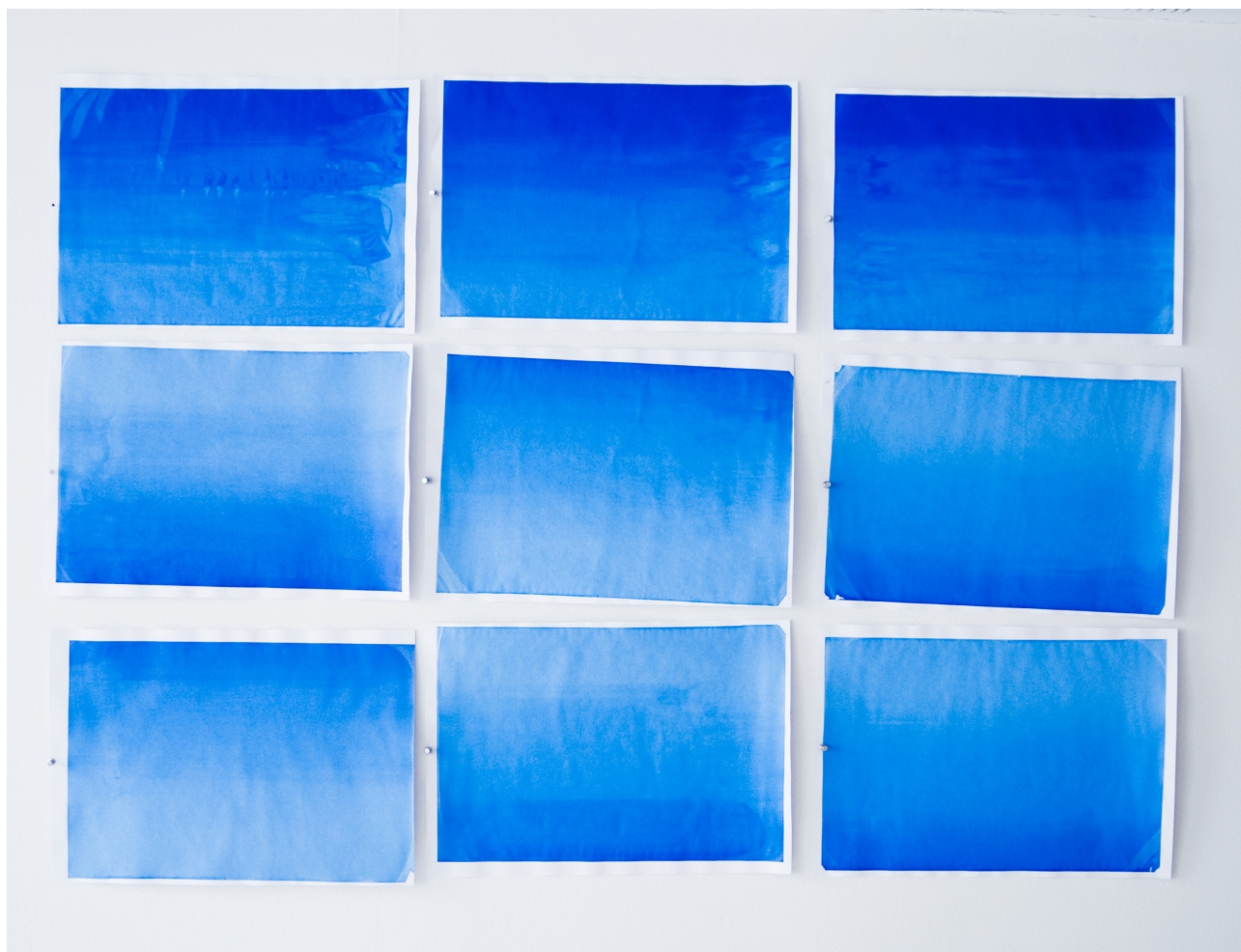
Screentryck 2

Bilaga 3



Screentryck 3

Bilaga 4



Screentryck 4

Bilaga 5



Some things are
meant for HD

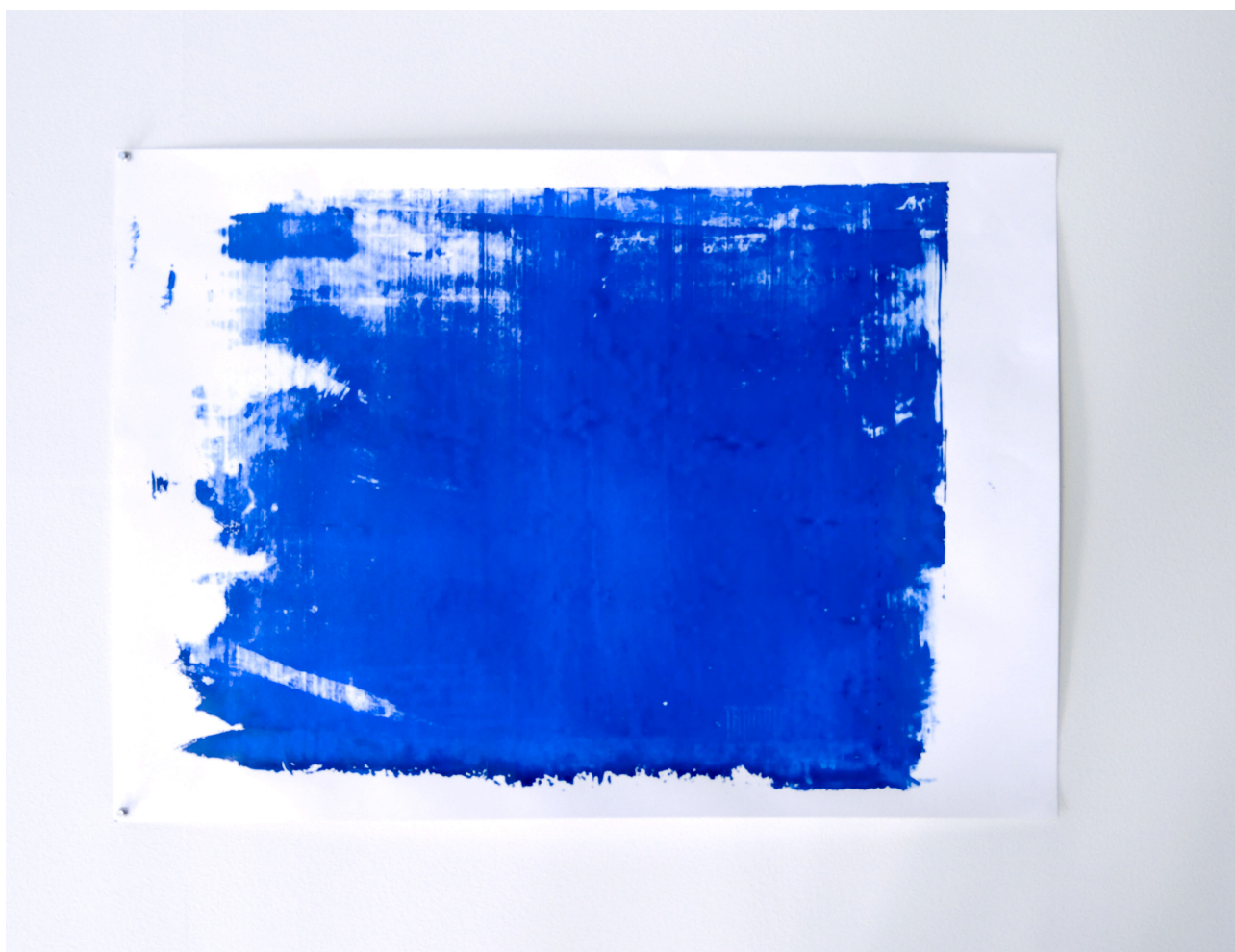
Skiss till charteraffisch

Bilaga 6



Screentryck 5

Bilaga 7



Screentryck 6