

PROCES DOKUMENT

INDHOLD

- | | |
|-----------------------|----------------------|
| 1. TEKST OM STILARTEN | AMERICAN MAGAZINE |
| 2. MOODBOARD | KARAKTERISTISKE TRÆK |
| 3. MOODBOARD | FARVER |
| 4. MOODBOARD | TYPOGRAFI |
| 5. MÅLGRUPPEVALG | PERSONA |

MAIDE KAYGISIZ

AMERICAN MAGAZINE

Ét "BOOM" - flere ændringer

I starten af 1920 skete der et såkaldt "boom" i reklameverdenen i USA, som for alvor ændrede måden at skrive, designe og strukturere de amerikanske magasiner på. Samtidig med industrialiseringen, voksede behovet og interessen for visuel reklame. Producentmarkedet var i udvikling og flere produkter tog plads på hylderne. Virksomheder kæmpede derfor efter, at få vist deres produkter frem på de Amerikanske magasiner.

Indflydelsesrige directors

Alexey Brodovitch (1898-1971), immigrerede fra Tyskland til USA i 1930'erne. Han blev hurtigt populær og ændrede det traditionelle magasin layout, som var præget af teksttunge materialer til asymmetriske, dynamiske og fotografiske løsninger.

Brodovitch var art director for Harper's Bazaar i 15 år. Han eksperimenterede meget, som også var én af grundene til, at han altid var på forkant og havde succes.

Grundet den ringe farvegrafik, anvendte han sort/hvid fotografier, som han især blev kendt for.

Cipe Pinelas (1908-1991), var den første kvindelige art director der formåede at stige i brancen.



Hun blev inspireret fra konstruktivismen og udarbejdede karakteristiske udseender for magasiner som Vogue og Seventeen.

Visuelle virkemidler

Stilarten, *American Magazine*, har sin inspiration fra bl.a. den russiske konstruktivisme, Bauhaus stilen samt Avant-garde.

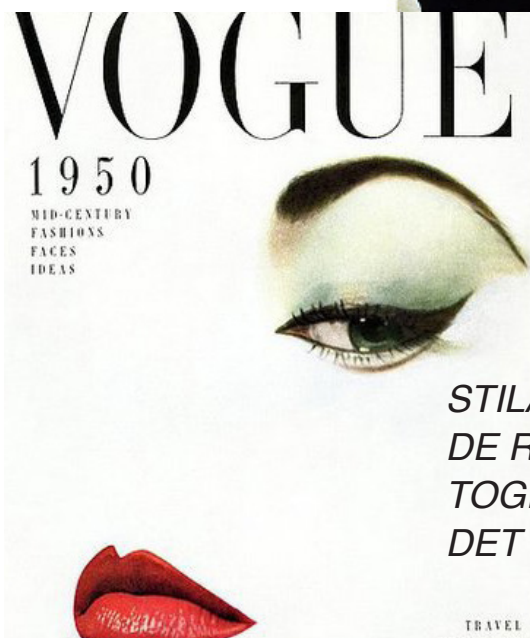
FAKTA: VISUELLE VIRKEMIDLER

- Simple geometriske former
- Fine linjer og skarpe vinkler
- Få elementer
- Mest anvendte farver: Rød, blå, gul, sort/hvid

MOODBOARD - KARAKTERISTISKA

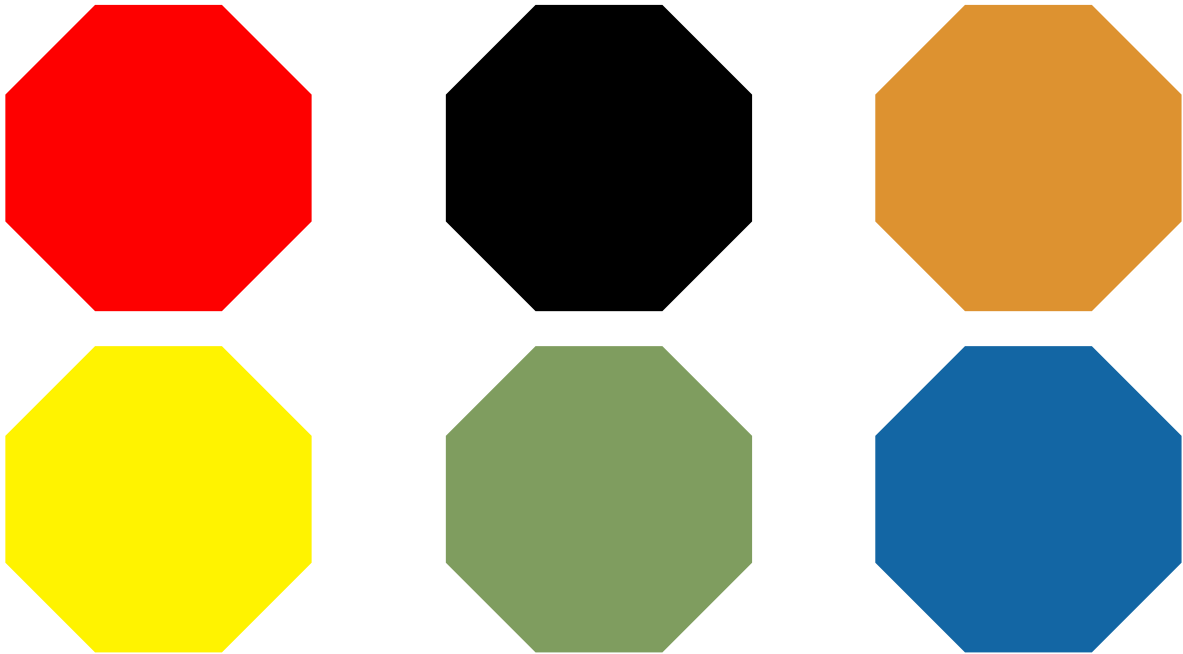


LESS IS MORE



STILARTEN KAN KARAKTERISERES GENNEM
DE RENE OG SKÆVE FRONTER. UNDER FO-
TOGRAFIERINGEN LÆGGES DER VÆGT PÅ, AT
DET ER FÅ ELEMENTER DER SPILLER IND

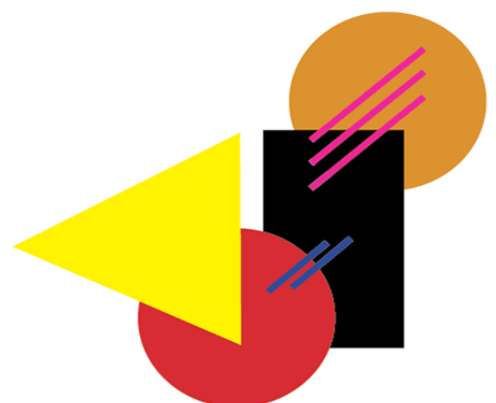
MOODBOARD - FARVER



FARVENE RØD, BLÅ, GUL & SORT/HVID VAR ISÆR DOMINERENDE I THE AMERICAN MAGAZINE. TYPISK BLEV DER ANVENDT ENKELTE FARVER FOR AT GØRE LAYOUTET SIMPELT OG SKABE KONTRAST MELLEM LOGO, PORTRÆT SAMT TYPOGRAFI. MAGASINER FRA 1920'ERNE GIK FRA AT VÆRE TEKST FYLDTE TIL ILLUSTRERENDE STØVFARVEDE FOTOGRAFIER. ISÆR DEN RØDE FARVE BLEV MEGET ANVENDT I MAGASINERNE.



Bauhaus
web design&research



MOODBOARD - TYPOGRAFI

VOGUE

typografi FOTOGRAFI **asymmetri** geometri negative



AVANT GARDE

Harper's
BAZAAR

THE AMERICAN MAGAZINE

TYPOGRAFI HAR EN STOR BETYDNING HOS ALLE MAGASINER. TYPOGRAFIEN I SIG SELV, KAN FORTÆLLE NOGET OM KRING STILARTEN. I AMERICAN MAGAZIN BLIVER DER OFTE VALGT SIMPLE MEN ELEGANTE TYPOGRAFIER, DER SAMTIDIG GIVER ET FEMINT OG MODERNE INDTRYK.

VOGUE

GENERELT BLEV DER EKSPERIMENTERET MEGET MED TYPOGRAFIERNE I DE AMERIKANSKE MAGASINER.

FÆLLES FOR HARPER'S BAZAAR OG VOGUE ER, AT DE BENYTTER TYPOGRAFIEN DIDOT.

Thin horizontal strokes Extreme contrast between thick and thin strokes

Didone

Thick vertical strokes Curved letters are balanced and slightly compressed

MÅLGRUPPEVALG - PERSONA

CHRISTINE JÖNSSON



TEKNOLOGI

Christine er meget aktiv på de sociale medier i form af Facebook, Instagram og Snapchat samt henes blog. Hun bruger sin smart-phone hver dag, og er, ifølge hende selv, afhængig af den. Christine er en erfaren bruger af diverse sociale medier, men drømmer om at inkoopere det mere i hendes professionelle virke.

ALDER 40

BOPÆL HELSINGØR

CIVILSTATUS GIFT, MOR TIL 4 BØRN

BESKÆFTIGELSE STUDERENDE PÅ MULTIMEDIEDESIGNER



STUDIE

Christine har valgt at supplere sin uddannelse som mediegrafiker med en akademiuddannelse som Multimediedesigner. Hun har planer om at starte et online livsstilmagasin, og mangler konkret viden om kodning og webudvikling. Christine har erfaring fra sin personlige livsstilsblog, som hun opdaterer dagligt.

Christine holder sig opdateret på de sociale medier og interesserer sig meget for kulturen omkring vores digitale liv. I fritiden går det meste af tiden med familien.

BEHOV

“Som studerende på KEA oplever jeg mangel på et værktøj, hvor vi som studerende kan hente inspiration og viden til vores projekter. F.eks. står der i vores pensum, at vi skal researche på stilarter, og det kunne være rart med en samlet platform, der er up-to-date på alle informationer og som fungerer optimalt.” - Christine Jönsson