

A B S L T

TYPOGRAFI & OMBRYDNING
BILLEDBEHANDLING & GRAFIK
DESIGN

DOKUMENTATION

TYPOGRAFI & OMBRYDNING

ABSLT - LIVSTILSMAGASIN

Opgaven var at bygge et komplet lifestyle magasin og en grafisk identitet med en "less is more" – attitude. Udviklingen af ABSLT (Absolut) indebar navn, logo, udvikling af farveskema, grafiske elementer, fotoshoot og billedbehandling. Designudtrykket er tidsløst og minimalt. ABSLT viser og fortæller at minimalisme også kan have plads til kant og skæve elementer. ABSLT hjælper med at inspirere de unge.

MÅLGRUPPE

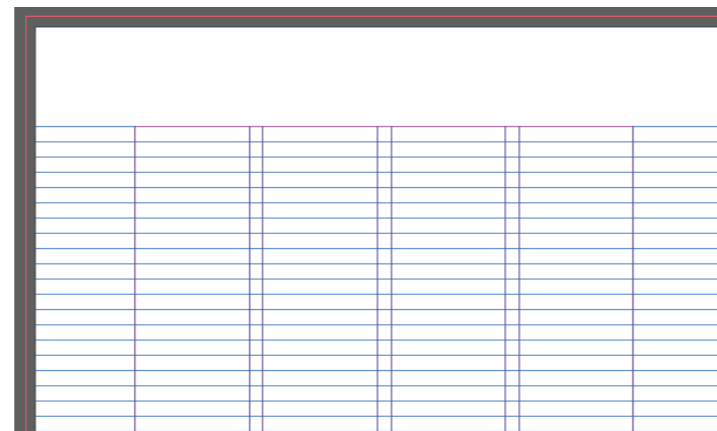
- Unge mennesker.
- Har alderen 15 - 25 år. Er for dem der eksperimenterer med deres stil, indretning og hobbyer.
- De er open-minded og er ikke bange for at springe ud i noget nyt.

DOKUMENTOPSÆTNING

Format: 210x297 mm - 32 sider.
Papirtype: Papirtypen skal være billig at producere. Skal være miljøvenligt og give magasinet et let råt udtryk.
Tryk: Magasinet er trykt i CMYK.

GRID, MASTERPAGES, MARGIN & PAGINA

Der er lavet baseline grid så teksten holder register. Baseline grid er sat til 13 pt, for det skal være samme som skydningen på brødteksten. Opsætningen er med 4 spalter og 4 mm luft og 3 mm bleed. Har brugt autopagina på masterpage. 2 masterpages. En med pagina og en uden, så jeg kan tilpasse indholdet. Margin er sat til 30 mm på alle sider for at skabe et let overskueligt og minimalt layout. På pagina er der tilføjet | ABSLT.



10 | ABSLT

Grundlinjenet

Farve: Lyseblå

Begyndelse: 30 mm

Relativ i forhold til: Toppen af side

Interval hver: 13 pkt.

Visningstærskel: 75%

Margener

Top: 30 mm Indvendig: 30 mm

Bund: 30 mm Udvendig: 30 mm

Spalter

Antal: 4 Spaltemellemrum: 4 mm

Helvetica Neue

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆØÅ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå
1234567890

FONT VALG - HELVETICA NEUE

Rubrik: 40/43 pkt (Heavy).
Underrubrik: 10/13 pkt (Thin).
Citat: 14/16 pkt (Heavy Italic).
Mellemrubrik: 11/14 pkt (Bold).
Brødtekst: 10/13 pkt (Roman)

Helvetica Neue er en solid sans-serif font. Det er en kantet og ren skrifttype og er en forbedret version af Helvetica skrifttypen med få ændringer, der omfatter bedre læsbarhed, forstørret ordmellemlrum og tegnsætning. Har brugt Helvetica Neue til alle styles i gennem magasinet da det er en variabel font family.

Brødteksten er sat til align to grid (all lines), så teksten er låst til grundlinjen og så teksten altid står rigtigt.

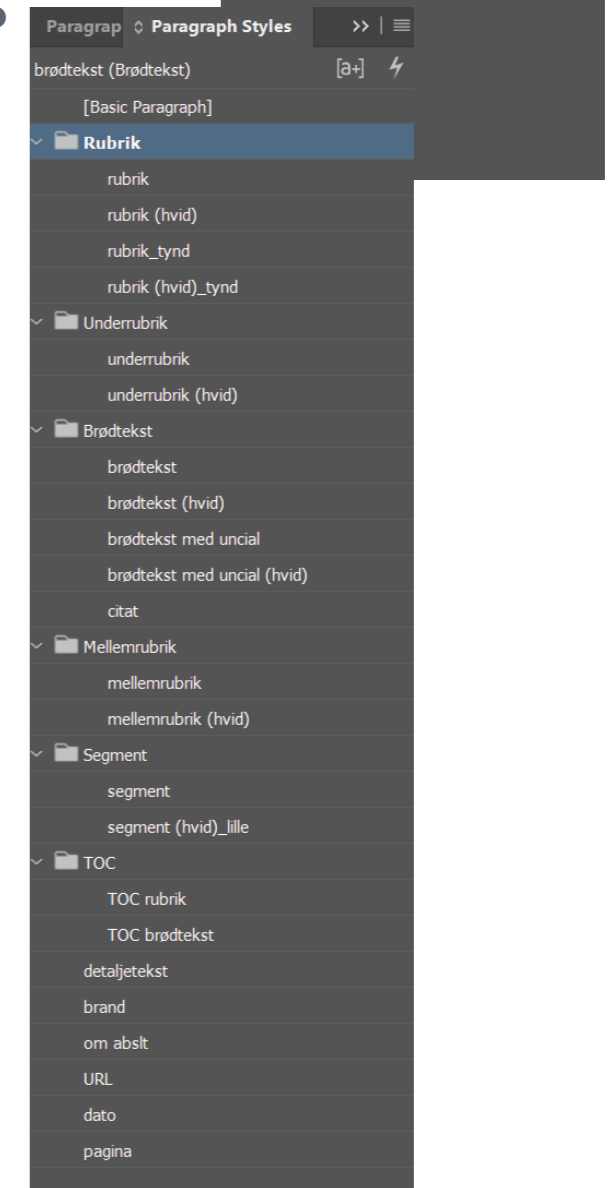
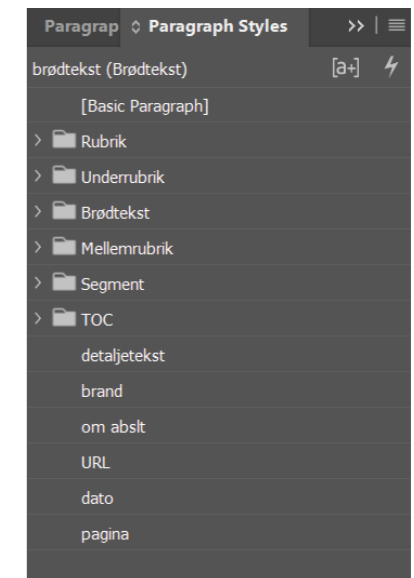
PARAGRAPH STYLES

Der er lavet paragraph styles til alt tekst, som jeg har organiseret i grupper, så man har et godt overblik. Mest fordi der forskellige udgaver af f.eks. rubrik og brødtekst, som både findes i normal/tynd og blå/hvid.

MELLEMRUBRIKKER

Brødtekst 10/13 pt. mellemrubrik 11/14 pt.
1 linjes mellemrubrik fylder: 14 pt.
Vi skal bruge 2 linjers brødtekst: 2 x 13 pt. = 26 pt.
Beregning af luft: 26 - 14 = 12 pt i rest til luft i alt.
Luften fordeles 1/3 dele under og 2/3 del over.
Det betyder 2 pt under og 10 pt over.

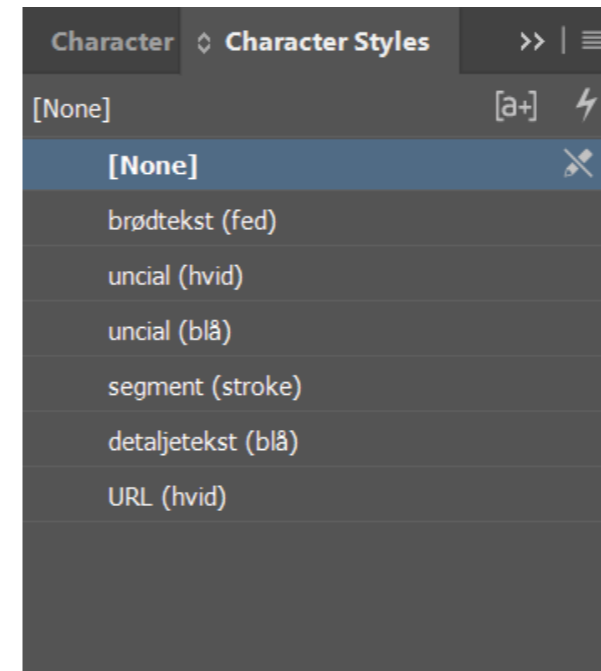
Simplistic is key
There is no room for
home office to look t
is the way to go. If y
look then paint the



TYPOGRAFI & OMBRYDNING

CHARACTER STYLES

Har lavet lidt forskellige character styles for blandt andet at kunne bryde brødteksten med en fed skrift eller ændre teksten til en anden farve (blå eller hvid). Der er f.eks. lavet to forskellige character styles der findes som uncial_bla og uncial_hvid.

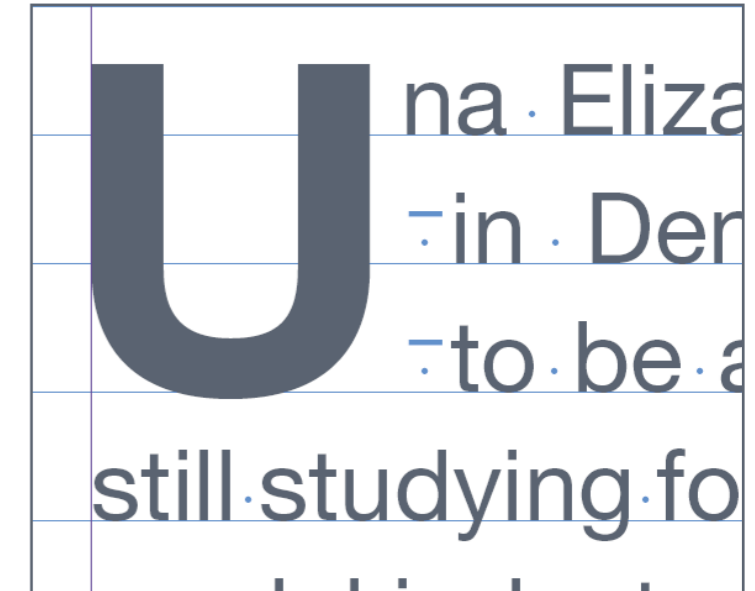
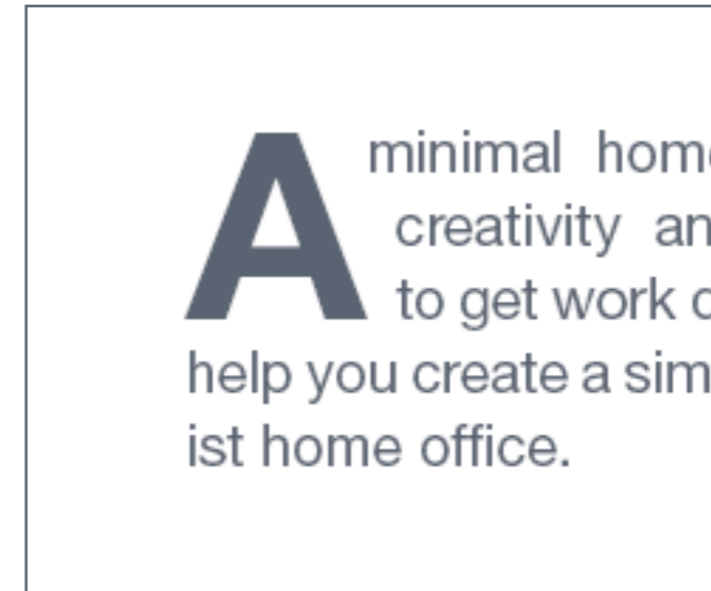
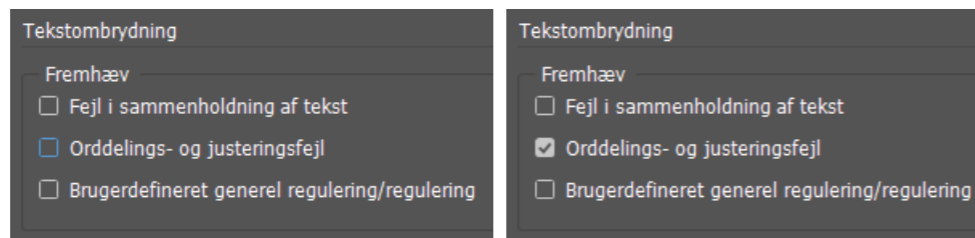


UNCIAL

Jeg har valgt at lave uncial ved interview siderne for at skabe lidt ekstra opmærksomhed. Et uncial er et smart tekst element, som hjælper læseren. Jeg har valgt at lave uncialet over 3 linjer og derefter har jeg indsat en EN-space på linje 2 og 3 samt lavet lidt knibning på uncialet, så det holder optisk forkant.

HOREUNGER / FRANSKE

Brødteksten er tjekket for franske og alm. horeunger. Så hverken den sidste linje i et afsnit bliver placeret øverst i en spalte og den første linje af et afsnit bliver placeret som sidste linje i en spalte. Har blandt andet brugt H&J violations som er også blevet justeret, så der er fine ord- og bogstavsmellemrum.



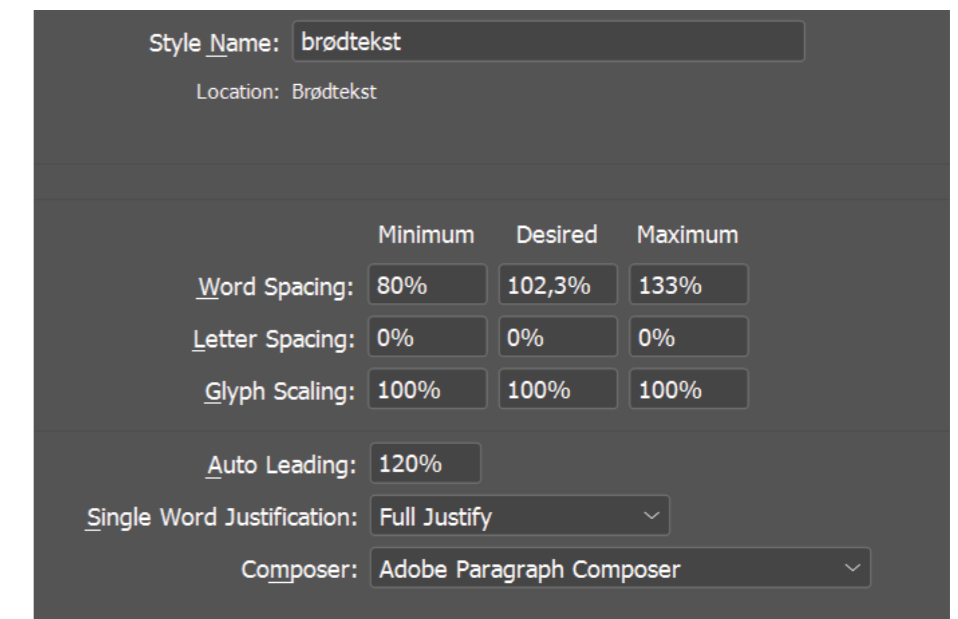
I-TESTEN

Har lavet i-testen for at få det rigtige mellemrum mellem ordene. Det er noget jeg har justeret på i justification inde i min brødtekst paragraph style. Det er noget man gør for at blandt andet at undgå floder i teksten.

FØR I-TESTEN



EFTER I-TESTEN



BILLEDBEHANDLING

Alle billeder er behandlet i Adobe Lightroom Classic.

FARVEJUSTERING

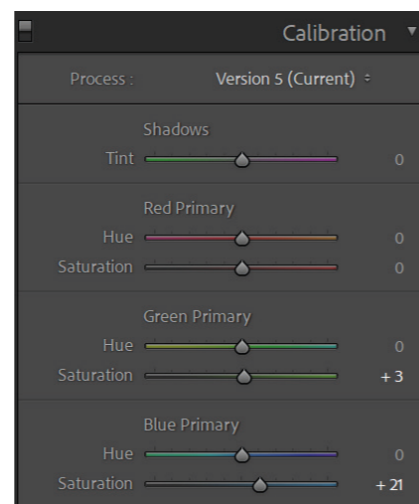
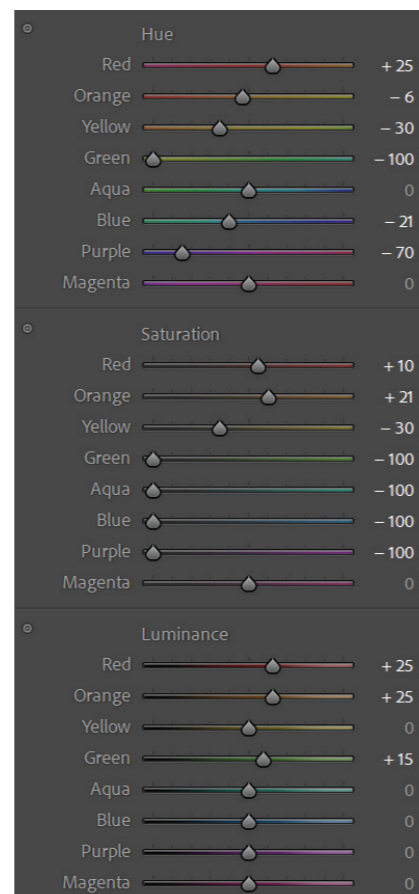
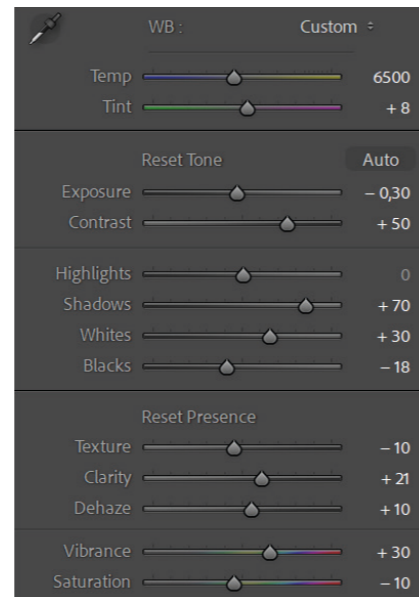
Gik efter en simpel farveredigering. White balance og horisont rettes. God kontrast uden at crashe blacks og highlights. Texture er skruet ned for blandt andet at gøre hud soft. Clarity er skruet op for at booste detaljer i f.eks. mursten og tekstil (er med til at give et rå look). Vibrance er skruet op og Saturation er skruet lidt ned.

HUE, SATURATION & LUMINANCE

Gul desaturates. Orange og rød (hvor blandt andet hudtonen ligger) bliver boostet lidt både i saturation og luminance. Grøn og blå bliver også desaturated. I nogen tilfælde kan blå godt trækkes helt ud, hvis der ikke er blå himmel.

CALIBRATION

Det er det sidste man gør og der skal man som regel ikke gøre for meget. Jeg har brugt Calibration til at give lidt ekstra liv til billedet ved at booste det grønne og blå i billedet. Selvom jeg har suget det blå ud af cover billedet vil de blå farvekanaler i de andre farver stadig blive boostet den smule der er behov for. Man justerer på RGB kanalerne når man er i Calibration.



COVER BILLEDE

Billedet er taget på en lidt overskyet dag i, så vi havde bløde skygger at arbejde med. Lokationen var Kolding ved Volkerts Fabrikker. Ville gerne have et rå look.



BILLEDMATERIALE

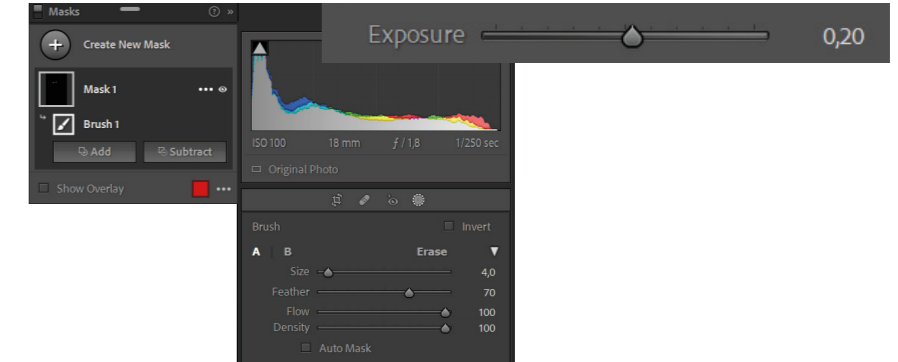
Alt billedemateriale med personer og smykker har jeg selv taget. Det vil sige jeg har selv fundet modeller og sørget for at få fat i nogen smykker jeg kunne lave et shoot med. De billeder med en solid farvebaggrund er taget i et fotostudie jeg fik booket til det.



BILLEDBEHANDLING

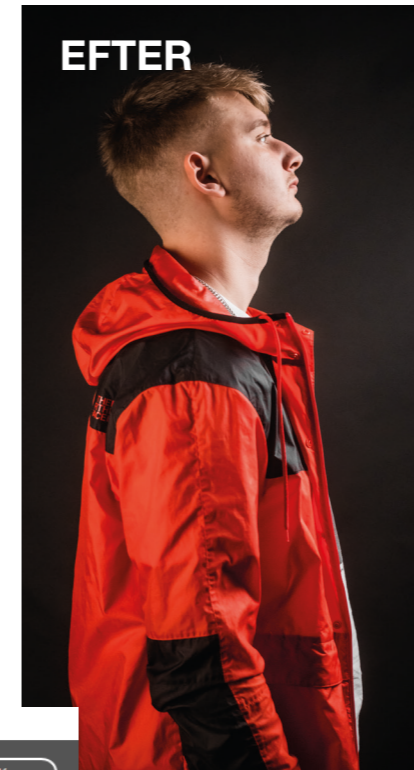
RETOUCHERING

Når det kommer til retouching, så har jeg brugt Adobe Lightroom Classic og deres 'healing brush tool'. Har kun fikset de mest nødvendige steder. Retouching er ikke kun at fjerne urenheder. Det kan også være at fremhæve bestemte ting. På billedet af Una har jeg valgt at fremhæve hendes øjne lidt.



FARVESTIK

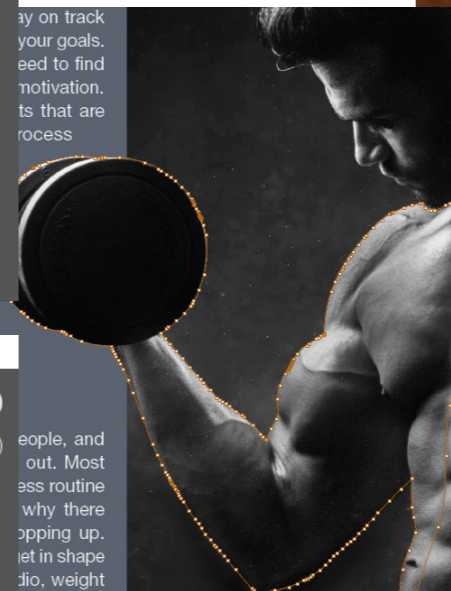
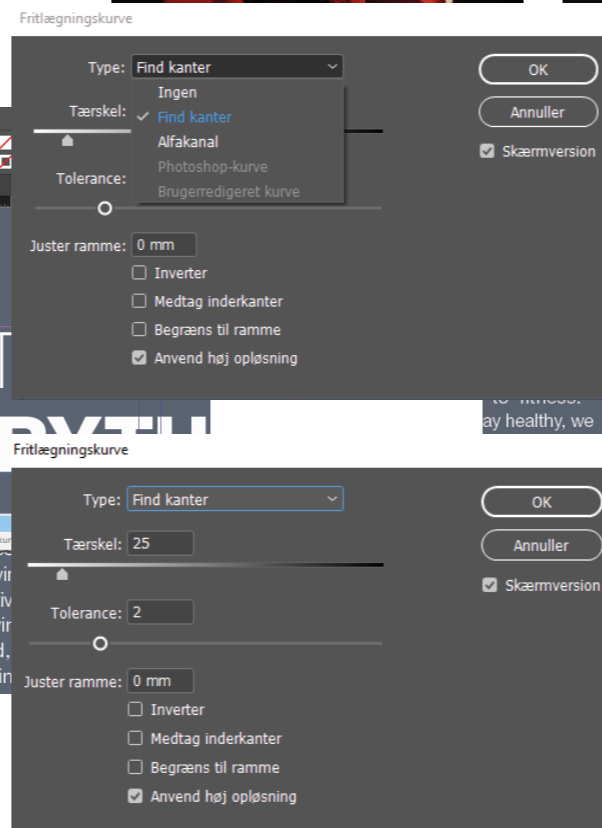
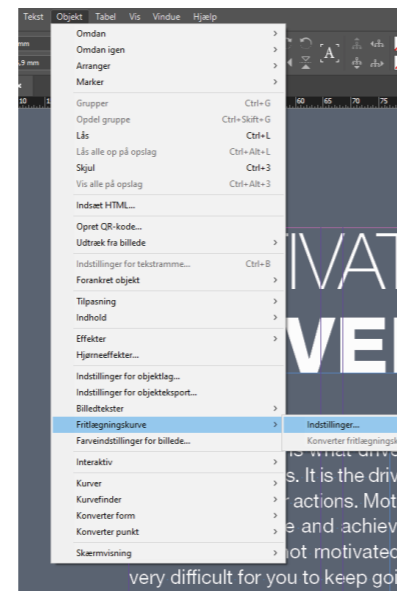
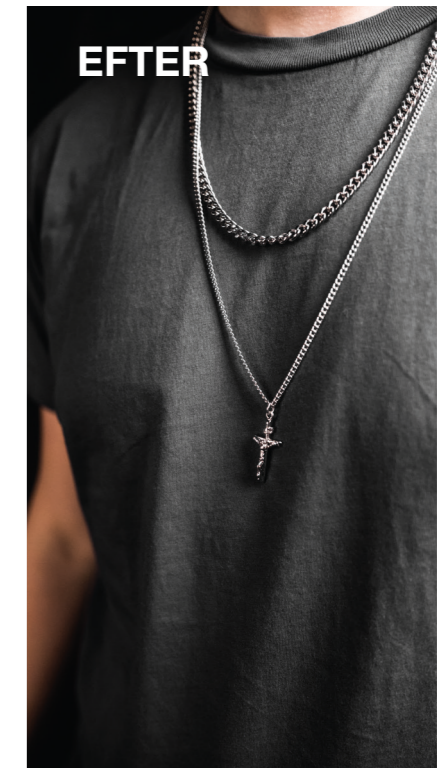
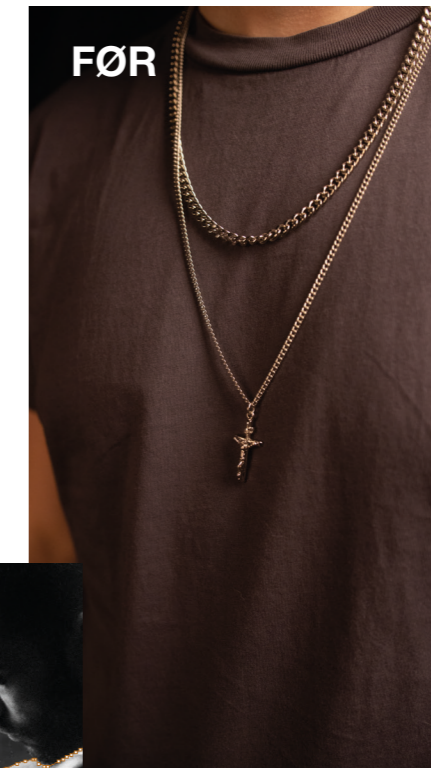
Farvestik er noget der kan være lidt forstyrrende at se på. I det eksempel vist står Jonas med siden til foran en mørk baggrund. Den mørke baggrund passede godt til den stemning jeg ville ramme. På det originale billede kan man se at der er et gult farvestik og det er fordi lyset ikke kunne justeres mere rigtigt. Så jeg skulle ind og lege lidt med HSL (Hue / Saturation / Luminance), skygger og highlights.



'Efter' billedet er det færdige billede efter alt behandling.

FRITLÆGNING

Har valgt at fritlægge modellens arm i Photoshop med pen tool og bruge text-wrap i InDesign for, at få skabt variation og en mere interessant og fangende artikel.



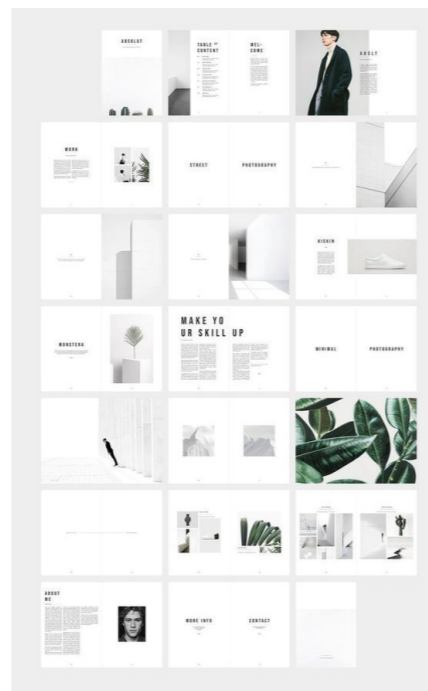
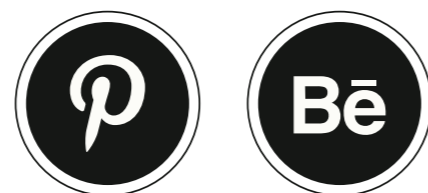
DESIGN

RESEARCH & INSPIRATION

Min plan var at jeg ville lave et minimalistisk magasin til de unge med fokus på livsstil og andre unge.

Research gik blandt andet ud på at finde de forskellige emner, der skulle indgå i magasinet. De emner endte med at blive fashion, mennesker og indretning. Og de emner dækker heldigvis en bred gruppe af unge.

Inspirationen kom af at kigge på Pinterest og Behance, og så poppede der pludselig lidt forskellige slags magasiner op. Et fashionmagasin, så et indretningsmagasin og så et magasin der handlede om folk og deres historie eller hobby. Og det ville da være absolut genialt at samle alt det i bare ét magasin. Så det var det jeg gjorde.

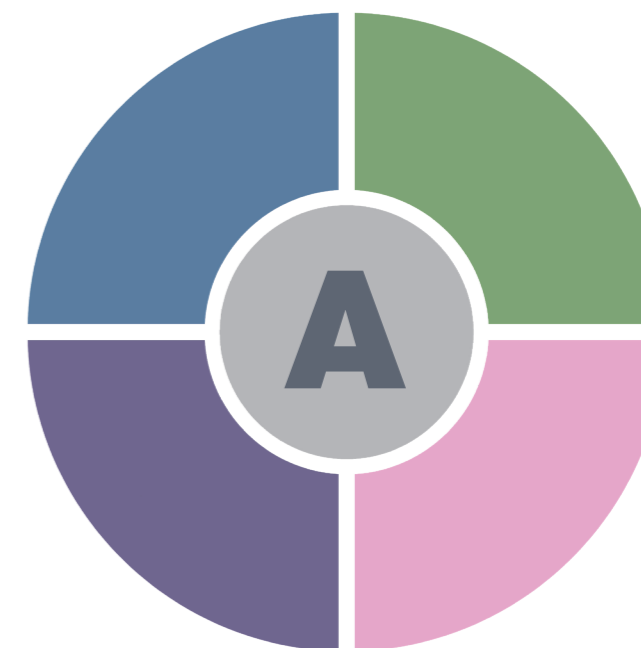


MÅLGRUPPE

Min målgruppe er de unge i alderen 15-25 år. Det er nemlig i den alder man eksperimenterer med ens stil, indretning og hobbyer. Dem jeg vil ramme er dem, som er open-minded og ikke er bange for at springe ud i noget nyt.

MINERVA MODELLEN

Min målgruppe vil ligge i det grå segment, fordi det er de eksperimenterende unge jeg vil ramme, som stadig prøver forskellige ting af når det kommer til deres livsstil.



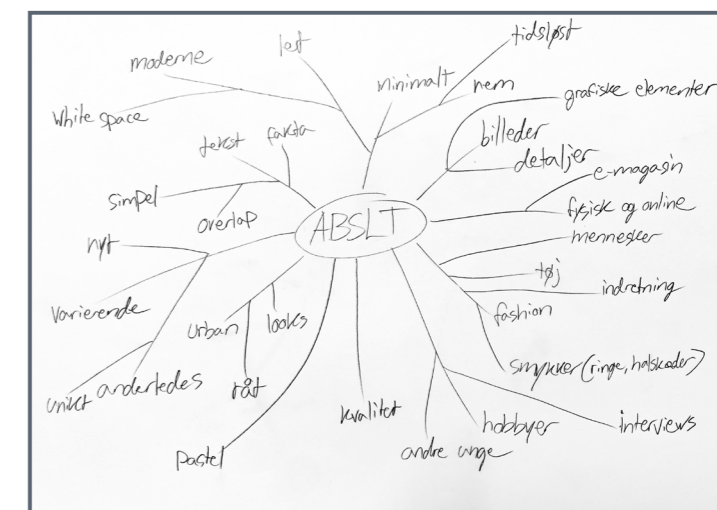
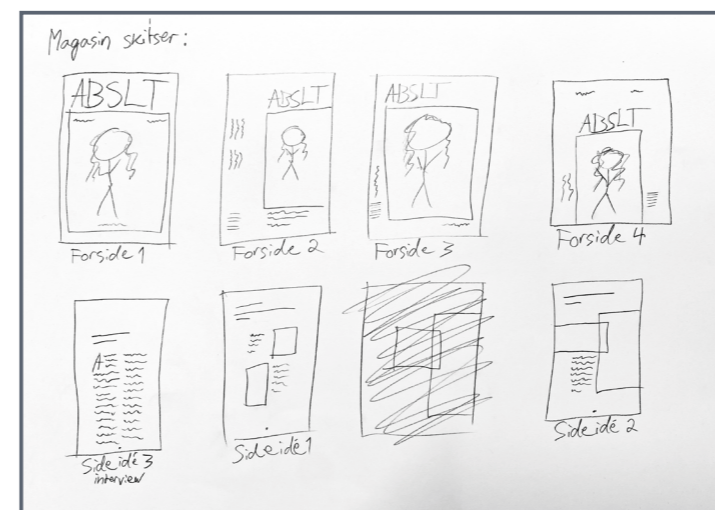
E-MAGASIN

Én af de vigtigste fordele ved e-magasiner er, at man altid har magasinet ved hånden, og det ikke bliver væk, da man kan læse det på sin telefon eller tablet, som de fleste unge i dag altid har med sig. E-magasiner giver desuden nogle fordele for brands, idet det er muligt at indsætte links til det reklamerede produkt i magasinets artikel eller indsætte et link til videre læsning.

BRAINSTORM & SKITSER

Min brainstorm blev en lidt old school en af slagsen. Blyant og papir, og så gik jeg i gang med at skrive alt det jeg lige kom i tanke om da jeg gav mig selv spørgsmålet "Livsstilsmagasin til de unge".

Jeg havde allerede en idé om, hvordan blandt andet forsiden skulle se ud, men det stoppede mig ikke fra at lave en masse skitser for at prøve lidt forskelligt af.



DESIGN

UDVIKLING AF LOGO

Logoet er lavet i Adobe Illustrator og er et tekstlogo med bogstaverne ABSLT, som er en forkortelse af ABSOLUT. Var i gennem forskellige løsninger til, hvordan det kunne se ud. Fik prøvet det af med hele navnet og så valgte jeg at lave forkortelsen. Det giver lidt at lege med til læseren



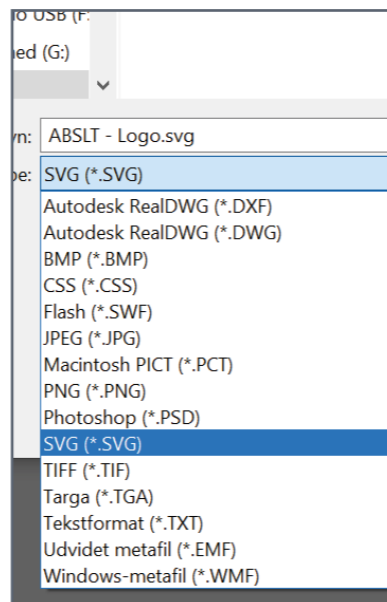
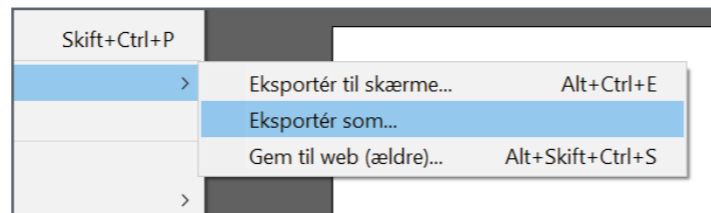
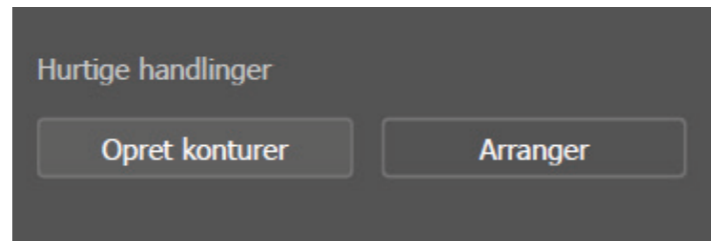
KONTURER

Fordi at logoet er et tekstlogo er det en god ide at oprette konturer inde i Illustrator for at lave teksten om til separate figurer / former, så det bliver et objekt for sig selv og det virker også bedst når man skal lave det til en .SVG fil. Når teksten konverteres til konturer, går dens tekstegenskaber tabt og bliver til tekstkurver i stedet, og teksten kan ikke redigeres ved hjælp af tekstkontrolelementer.

EKSPORTERING

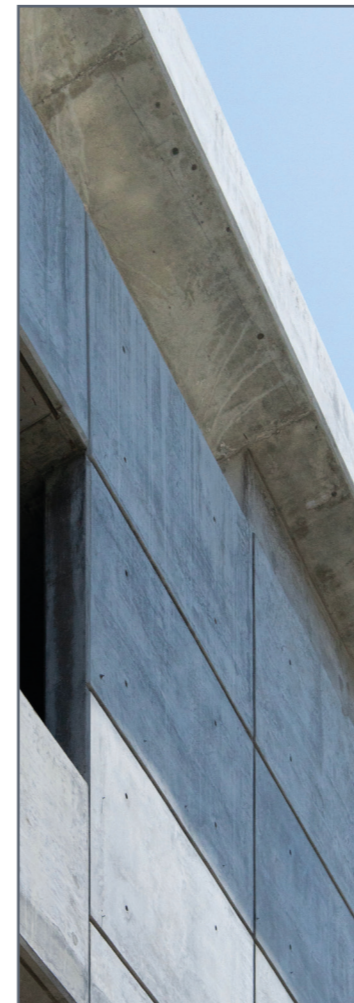
Logoet skal være på et magasin, som er lavet i Adobe InDesign. For at få den bedste kvalitet valgte jeg at eksportere logoet som .SVG fil. Hvilket også gør at logoet forbliver vektor når jeg tilføjer det til InDesign.

Fordi det er .SVG og er vektor betyder det at jeg også kan tilføje det til en hjemmeside, hvis man besluttet at det nu skulle laves.



FARVESKEMA

Har valgt at gå med neutrale farver. Farver som er nemme at se på og hælder lidt til den pastelle farvepalet. Bruger en let tonet hvid for at beholde roen i gennem hele magasinet. Teksten er 'DUSK' i stedet for sort.



BETYDNING

Farverne er inspireret af de industrielle farver, blandt andet cement, som giver det neutrale og samtidig rolige lettere rå urban look til magasinet.

DUSK	CMYK 65, 50, 39, 27	HEX #5A6370
SKY	CMYK 45, 28, 23, 5	HEX #96A4B1
MIST	CMYK 2, 1, 2, 0	HEX #FAFAFA

