

MAGASIN / DESIGN DESIGN / MAGASIN

Sådan skaber du dit eget magasin



Forord side 4

Læs om undervisningsmaterialet

Proces side 6

Læs om designprocessen

Collect side 8

Find inspiration

Comprehend side 16

Registrér

Conceptualize side 20

Sortér

Create side 38

Skab dit eget magasin

Introduktion af to kunstnere side 60

Læs om Sophie Dupont og Martin Erik Andersen

Epilog og kolofon side 61

Om undervisningsmaterialet

Dette undervisningsmateriale giver dig indsigt i, hvordan man kan designe sit eget magasin. Det betyder også, at du vil få viden om den dynamiske proces, der følger skabelsen af et magasin – selve *designprocessen*.

Designprocessen indbefatter fire grundlæggende faser; *Collect*, *Comprehend*, *Conceptualize* og *Create*. De fire faser hjælper dig med at udvikle, fastholde og omsætte dine ideer og dermed nå i mål med dit design. Du kan læse mere om faserne i undervisningsmaterialet.

I undervisningsmaterialet vil du løbende finde forskellige *skabeloner*, som kan hjælpe dig i den kreative proces. Du kan let printe skabelonerne ud, sætte dit eget præg på dem, gemme dem i din portfolio mv.

Du vil sikkert opleve, at det er godt at blive inspireret for selv at kunne skabe. Undervisningsmaterialet skal gerne imødekomme dit behov ved løbende at *illustrere*, hvordan et konkret magasin er blevet designet gennem en designproces, nemlig Magasinet TEGN, som hvert år bliver udgivet af Billedkunst- og Designlærerforeningen.

Undervejs i undervisningsmaterialet vil du møde fagbegreber, som du måske ikke lige kender i forvejen. Mange bliver forklaret, men det kan også være en god ide, at du selv søger supplerende viden, hvis du pludselig erfarer, at du er i tvivl.

God fornøjelse!

“Designprocessen indbefatter fire grundlæggende faser; *Collect*, *Comprehend*, *Conceptualize* og *Create*. De fire faser hjælper dig med at udvikle, fastholde og omsætte dine ideer og dermed nå i mål med dit design.”



Designprocessen

Collect
I *Collect-fasen* gælder det om at indsamle viden om den problemstilling, du vil arbejde med. Her skal du undersøge, *hvad* problemet er – eksempelvis gennem literatursøgning og undersøgelse af allerede eksisterende materialer inden for emnet. Her er det oplagt at trække på viden om eksisterende designs inden for området, inddrage stilhistorie – og også at forstå brugerbehov og tendenser i tiden. Det handler med andre ord om at indsamle eksisterende og ny viden.

Comprehend
I *Comprehend-fasen* skal du skabe dig et overblik over det indsamlede materiale – og på den baggrund danne dig et overblik over, hvordan du skal forstå problemstillingen. Derudfra skal du undersøge, hvilke muligheder du har for at arbejde videre med problemstillingen.

Conceptualize
I *Conceptualize-fasen* handler det om at udvikle forskellige løsningsforslag, til den problemstilling du arbejder med. I denne fase inddrages designprocessens fokus på at kunne gå fra at få idéer til at udvikle et egentligt koncept. Det sker gennem skitse- ring, mock-ups og prototyper. I denne del af fasen kan du også fremstille moodboards, ligesom inspirations- og referencefotos kan inddrages til at illustrere processen.

Create
Som afslutning på designprocessen skal du bevæge dig over i udførefasen, *Create*. Her går du fra at eksperimentere til at udvikle fysiske modeller, storyboards mv., som du kan bruge til at præsentere dit designforslag.

“I *Conceptualize-fasen* handler det om at udvikle forskellige løsningsforslag, til den problemstilling du arbejder med.”





“I *Collect-fasen* indsamler du viden om den problemstilling, som du gerne vil arbejde med.”

COLLECT



Bliv klogere på magasinmediet, inden du skal i gang med din egen designproces.

Gå på opdagelse i alverdens magasiner i ind- og udland. Indsaml eksempler på fagblade som eksempelvis Journalisten, Ingeniøren, Musikeren, Folkeskolen eller Gymnasieskolen. Find ligeledes eksempler på magasiner indenfor livstil som mode, kunst, sport, jagt, mad, dyr, videnskab, historie eller noget helt andet. Prøv at se efter forskelle og ligheder mellem fag- og livstilsmagasiner.

Lad dig inspirere af din research og registrér – fx ved brug af farver, typografi mv. – når du ser design, som appellerer til dig.

Tænk på de temaer, som kunne danne indhold til netop dit magasin, og find eksempler online eller check biblioteker og kiosker. Nogle boghandlere og genbrugsbutikker har også et stort udvalg.

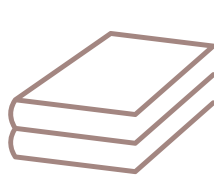
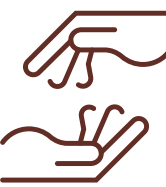
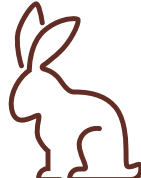
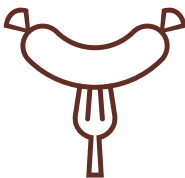
Det er en god ide at have fysiske eksempler, som du kan bladre i, klippe i og bare opleve analogt. Samtidig kan det være, at du finder den bedste inspiration i et udenlandsk magasin, som du kun kan tilgå digitalt. Download magasinet eller tag screen-shots.

Husk at registrere både cover og indhold, når du indsamler materiale. Se på alle indholdssiderne – hvad består de af? Det er vigtigt i forhold til dine næste designprocesser.

Collect online og gem dine screens i OneNote eller print dine registreringer og læg dem i din fysiske værktøjsmappe.

God jagt!

“Collect online og gem dine screens i OneNote eller print dine registreringer og læg dem i din fysiske værktøjsmappe.”





“I *Comprehend-fasen* skaber du overblik over dit indsamlede materiale og bliver klogere på dine problemstillinger.”

COMPREHEND



Undersøg, hvordan magasiner adskiller sig fra hinanden og synliggør dine inspirationskilder, tanker og idéer ved hjælp af et moodboard.

Du skal nu i gang med at registrere, hvordan et magasins design ændrer sig fra tema til tema. Hvordan adskiller de sig fra hinanden? Her skal du se på de designelementer, et magasin består af, som fx: logotype, cover, format, typografi, farver, billedbrug, grid, spalter, papir, fotostil mv. Klip eller print eksempler på et udvalg af de forskellige genrer du finder og udarbejd et moodboard.

Et moodboard er en visuel præsentation, hvor billeder, tekster, farver, materialeprøver, genstande mv. sættes sammen til en collage. Du kan samle dine eksempler på en planche eller opslagstavle, som du kan tage et billede af. Du kan skitsere direkte i din værktøjsmappe eller løse opgaven digitalt. Søg eventuelt på nettet og find yderligere inspiration til, hvordan det kan gøres.

Du kan vælge at lave to moodboards, hvor

du sammenligner to forskellige magasinger. Eller du kan vælge at lave et enkelt moodboard, hvor du undersøger netop den genre, som du gerne vil arbejde med.

Dit færdige moodboard vil formidle en stemning, et indtryk og en stil på en enkel og overskuelig måde. Det vil fremadrettet hjælpe dig i de næste faser og fungere som en guideline.

Du kan altid ændre i dit moodboard undervejs, alt efter hvor i designprocessen du er. Du kan også ændre dit moodboard i forhold til den feedback, du vil få undervejs.

I udviklingen af Magasinet TEGN bestod vores moodboard bl.a. af inspiration til cover, valg af format, typografier, farver mv. Vores undersøgelse indeholdt også materialeprøver på forskellige typer af papir, som vi ønskede, at bladet skulle trykkes på.

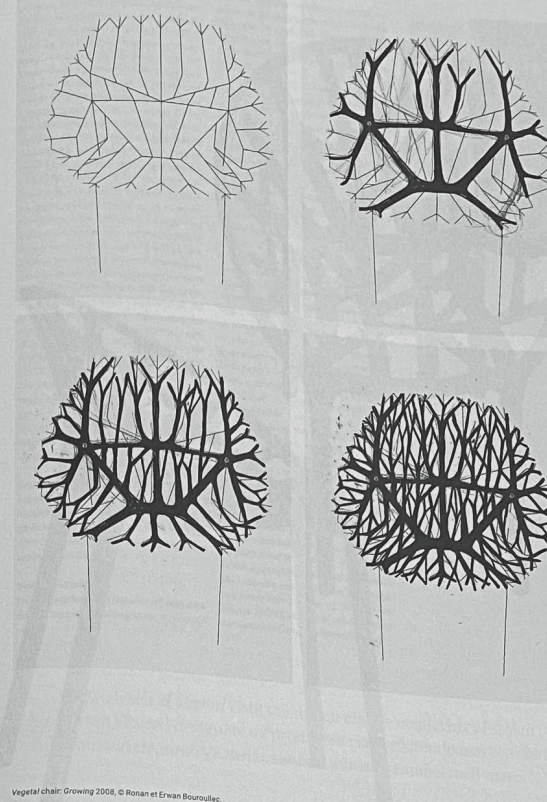
“Vidste du, at et moodboard er et vigtigt redskab til at tydeliggøre overfor dig selv og andre, hvilken stemning, indtryk, stil mv. du ønsker, dit magasin skal have?”



MEDIAGENE MØBLER

ARTIKEL / Af Rosita Salati, post.doc., designer,
Institut for Design og Kommunikation, Syddansk Universitet

Kataloger, bøger, film, magasiner, Facebook, Instagram. Møbler kan i dag ses og opleves på en lang række forskellige medieplatforme. De bliver markedsført af firmaer og designere, iscenesat af stylister til boligmagasinerne og placeret i tv-serier, film og udstillinger. Med indtoget af internettet og særligt de sociale medier, hvor alle mennesker nu har en stemme, er medieeksponering af møbler eksploderet. Der ses også co-branding og mediering i form af samarbejder på tværs af livsstilsbrancher som mode, mad, biler, kunst og musik, og møbel-merchandise som nøgleringe, krus og T-shirts er blevet en ny genre. Alt sammen – også det der finder fysisk sted og er materielt – bliver formidlet i billeder, tekst og ofte film. Installationen/rummet og møblet bliver til et billede og kan betegnes som en mediebegivenhed. Det betyder, at det materielle nu konciperes visuelt igennem et medie, og det er ofte via billeder, at vi stifter bekendtskab med nye møbler og nye møbelbegivenheder. Det vil sige, at møblerne (og meget andet) veksler frem og tilbage mellem ting og billede. Ind og ud af medie- og designkulturen. Udviklingen er så ekspansiv, at der på en lang række områder er tale om en konvergens af disse to kulturer, og møblerne bliver på den måde i stigende grad 'medieficeret' (Lash & Lury, 2007).



stuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZ

ABCDEFGHI
NOPQRSTU
VWXYZ
1234567890

Y

ARTIKEL / Lorenz Ipsius



Body art / Sophie Dupont, Marking Breath, Sunrise till Sunset, Les Gens Heureux, 2018. Also
Body art / Sophie Dupont, Body Full of Breath, 2019, 90 x 60 cm.

ens praksis ses i
(1888-1954) og lo
rens muligheder i
d til at bane vejen
er tale om en linje
igt fra den senmo
åben skulptur ud
taller, der indtager
lev skulpturen hos
være i". Der synes
ghedsvisse hilsener
unstakademiet Bjørn
materialeundersø
midlertid også den
der ikke mindst er
kendt for at kombinere gotiske dekorative stiler med den tidlige re
naissance videnskabelige optagethed af perspektivkonstruktionen.

normalerne og moden
sen som styrende principper eller kulturer
forskellige afstemningsværdier, der løbende bearbejdes
Heroverfor stilles billedforbuddet i både Byzans
dommen samt ikke mindst centralasiatisk nomadi
tion som en ganske anden type kunst- og rumopfat
der traditionelt har domineret i Vesten. Ikke et pers
et dekorativt og fladeorienteret rum. Mest konkret k

Martin Erik Andersen, Head med blod, 2002.
Forniklet bronze og sølvtryk på papirbellestikket
(højplade). Tønder Høvedsmønstersamling.
Foto: Ole Ege Perleman.

“I *Conceptualize-fasen* har du gennem din designproces fokus på at gå fra forskellige ideér til at udvikle et egentligt designkoncept.”

CONCEPTUALIZE



Et grid er et nødvendigt redskab, når du skal i gang med at opbygge dit magasins forskellige sidetyper, afprøve typografier og skabe overblik over dit indhold.

Du skal nu til at arbejde med *sidetyper* og *grid*. Et magasindesign indeholder et *grid*, som *sidetyperne* er baseret på. Tager vi fx et mode-magasin, kan et typisk indhold se således ud:

- Cover
- Indholdsfortegnelse
- Kolofon
- Leder
- Siden sidst eller kort nyt
- Forskellige artikler
- Modereportager
- Sundhed
- Debat
- Klumme

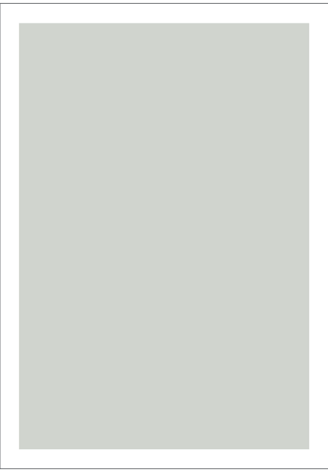
Hver af disse *sidetyper* vil have sit eget design, men de tager alle udgangspunkt i magasinets *grid*. Et *grid* er et *gitter*, der giver dig mulighed for at opbygge en solid struktur i dit magasin. *Griddet* er ikke kun til brug for dig selv, når du

designer dit magasin, men i høj grad også til gavn for dine læsere. De vil få en oplevelse af, at der er en klar sammenhæng mellem magasinets forskellige artikler, selvom indholdet er forskelligt.

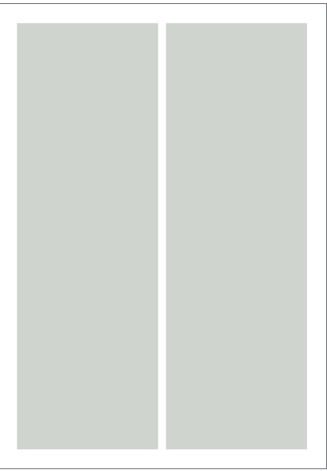
Når du skitserer på dit *grid*, kan du afprøve forskellige magasininformater (bredde x højde), størrelse på ydre og indre margin, top og bund – dvs. den luft du ønsker, der skal være rundt i kanten af dit grid.

Se tilbage på dine registreringer fra *Collect-* og *Comprehend-faserne* og afprøv nu selv, hvordan du kan arbejde med forskellige spaltebredder kombineret med illustrationer, fotos og lignende. Dine spaltebredder og illustrationer skal kunne indgå i det samme grid. På side 23-27 kan du se et eksempel på spaltebredder, ligesom du kan se, hvordan de sammen med illustrationer kan kombineres på forskellig vis.

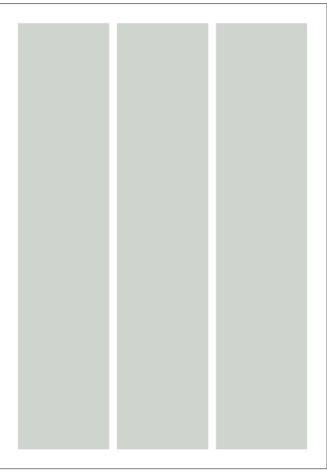
“Vidste du, at et grid er med til at skabe dit magasins identitet og give en struktureret og sammenhængende læseoplevelse?”



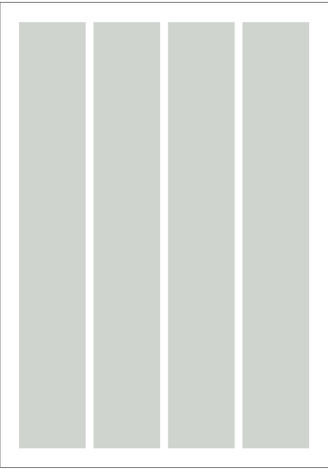
1 spalte



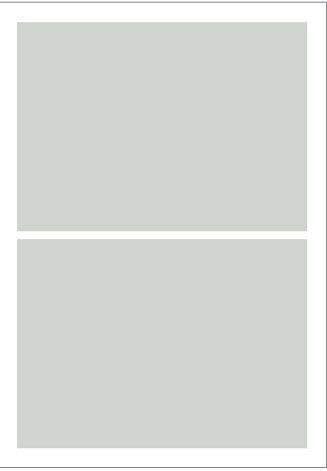
2 spalter



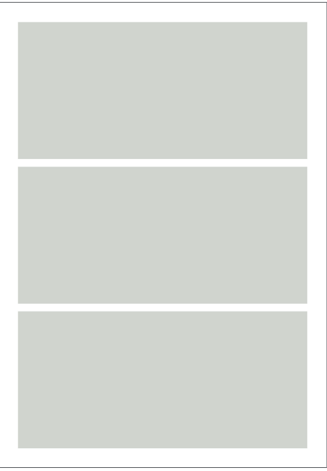
3 spalter



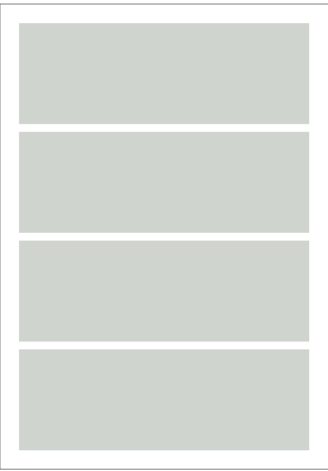
4 spalter



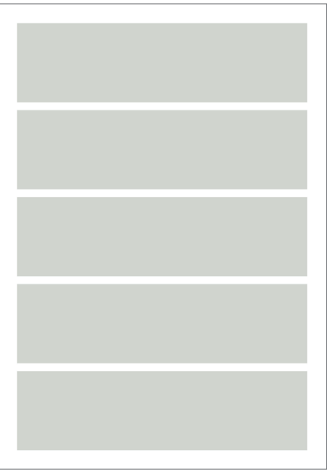
2 rækker



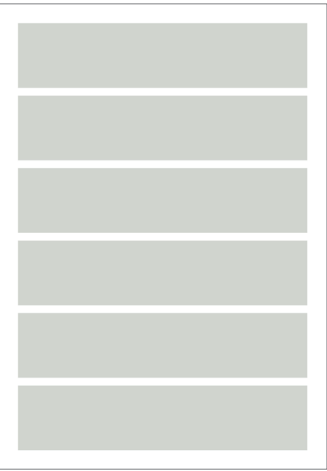
3 rækker



4 rækker

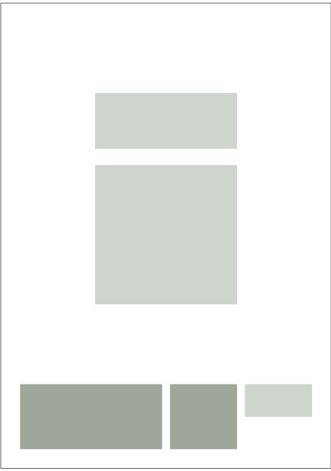


5 rækker



6 rækker

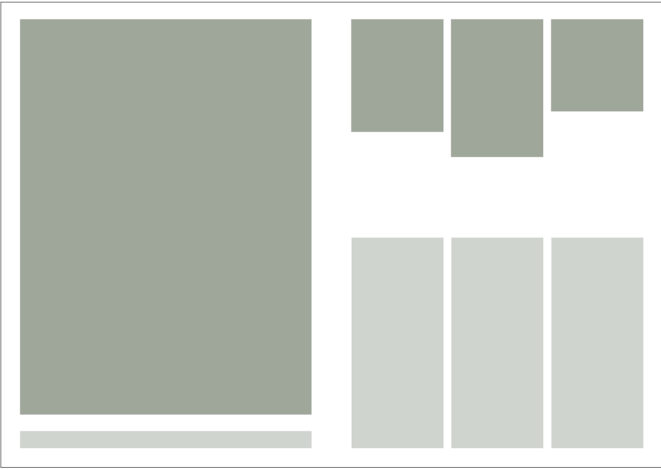
Sidetyper & spaltebredder



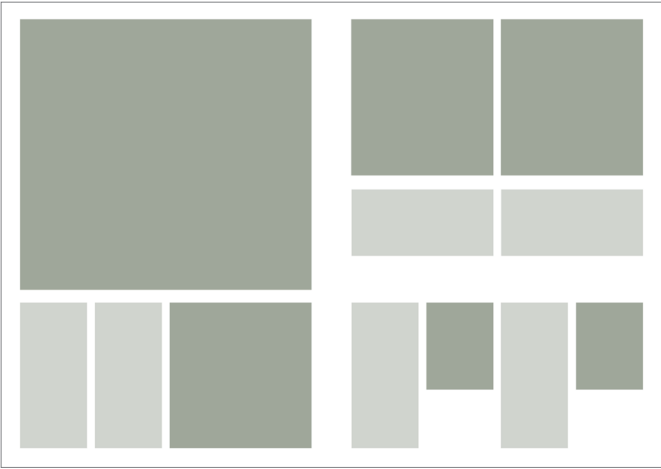
Leder

Med udgangspunkt i samme grid vises her en række forskellige sidetyper. Se, hvordan du kan kombinere spaltebredder med billedfelter, så du opnår et magasin med et varieret forløb. Eksemplet viser brug af op til fire spalter.

- Dette er symbol på foto/illustration
- Dette er symbol for tekst



Indholdsfortegnelse



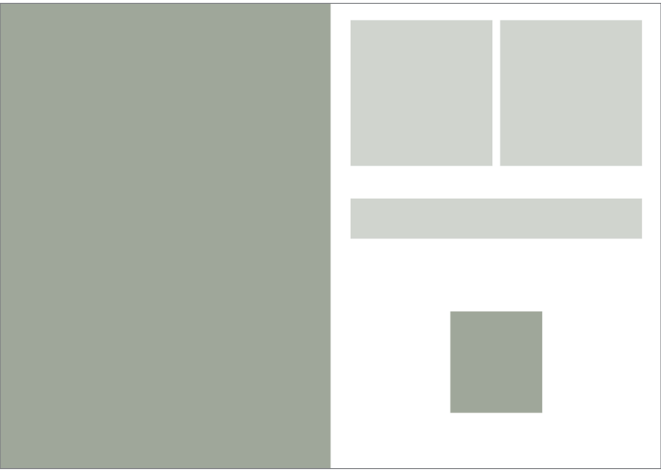
Kort nyt



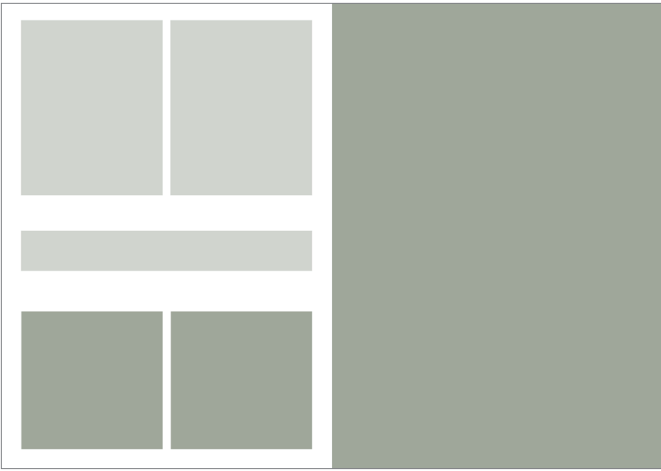
Artikel, eksempel A: 2 spalter/4 opslag



.... fortsat



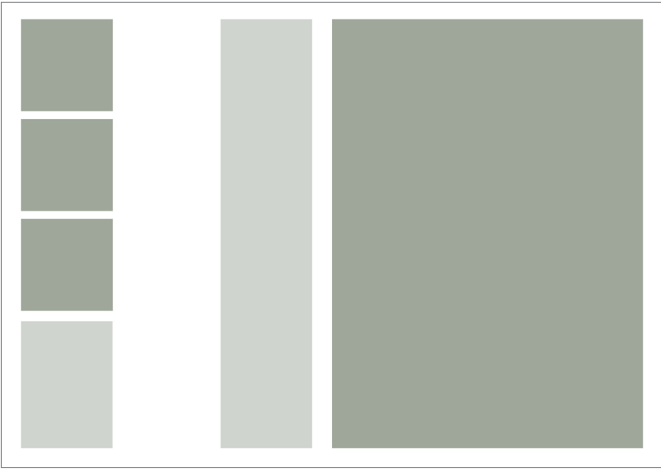
.... fortsat



.... fortsat



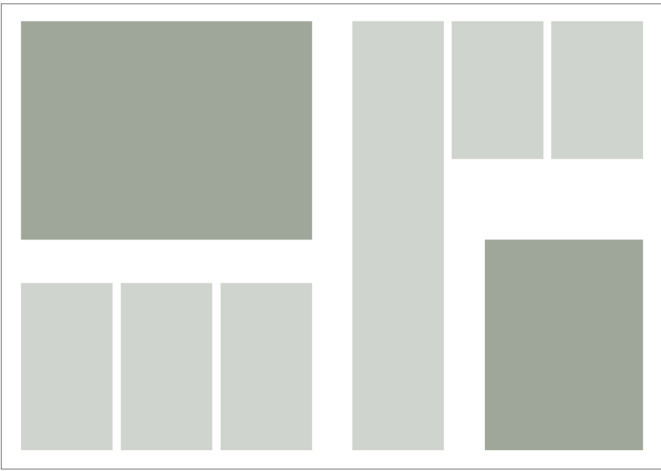
Artikel, eksempel B: 3 spalter/4 opslag



.... fortsat

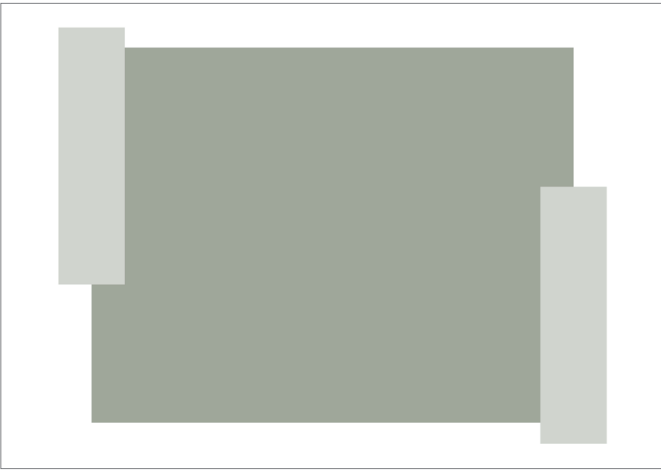


.... fortsat



.... fortsat

Sidetyper & spaltebredder



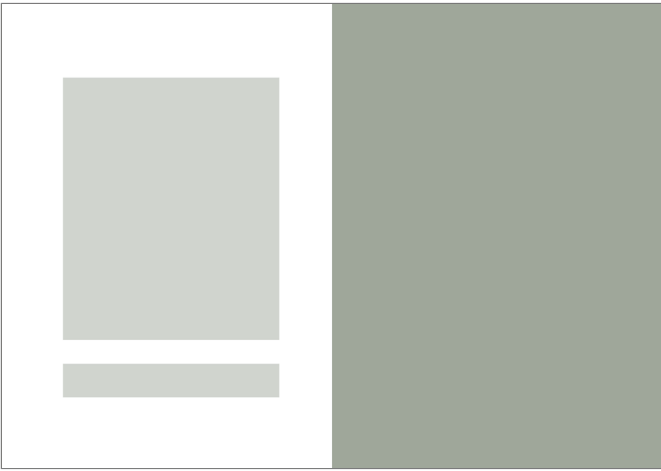
Artikel, eksempel C: 4 spalter/4 opslag



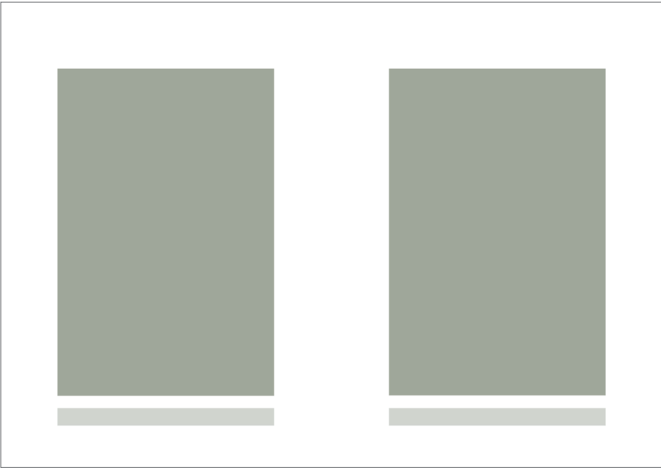
.... fortsat



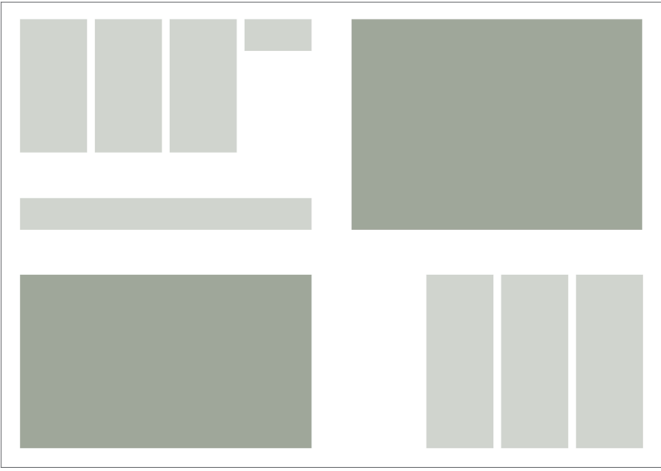
.... fortsat



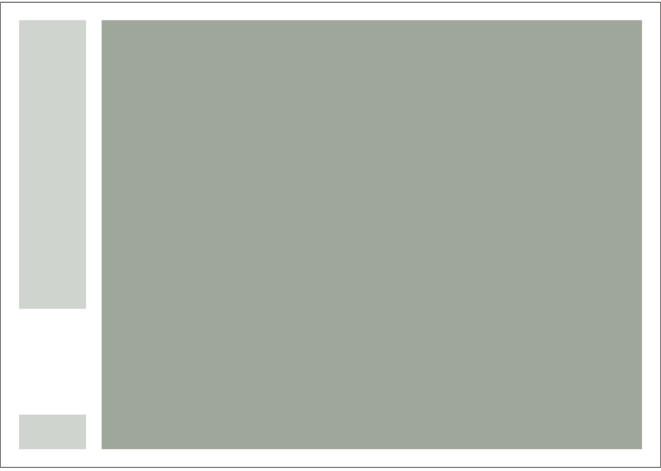
Portræt



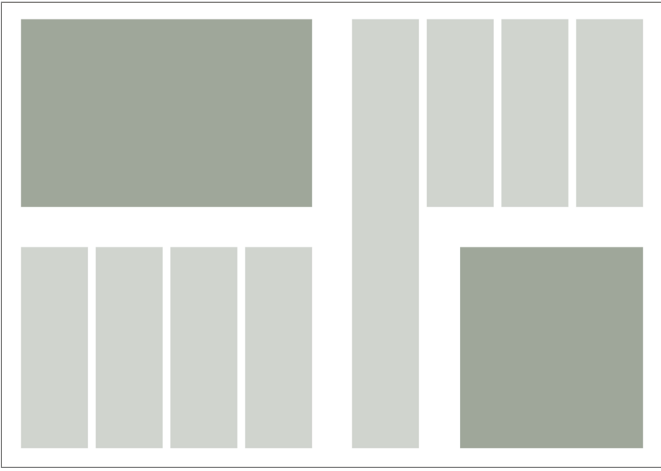
.... fortsat



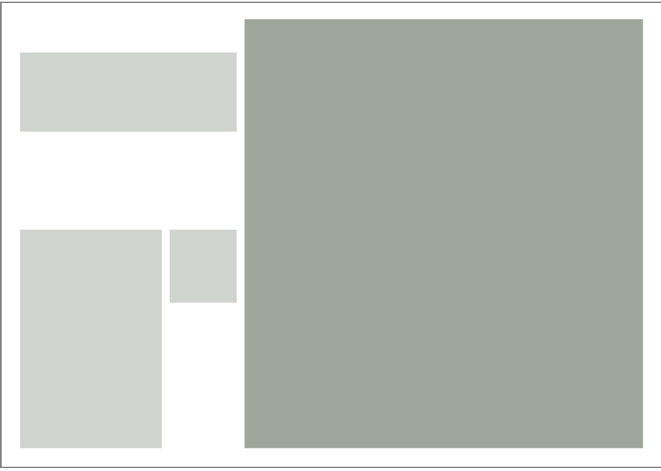
.... fortsat



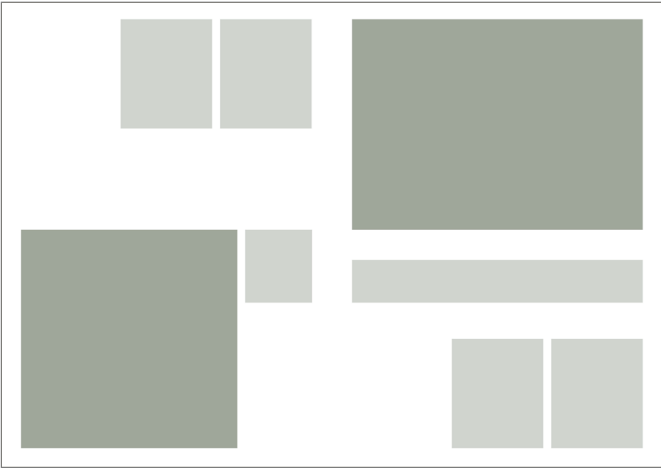
.... fortsat



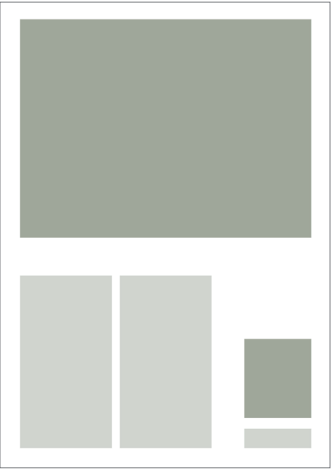
Kalender



Artikel, eksempel D: Blanding af forskellige spaltebredder...



.... fortsat



Kolofon (kan bl.a. indeholde foto af forsiden samt credits, kontakt-info på magasinets redaktion, eksterne bidragsydere, trykkeri, oplag, ISBN-numv.er mv.

2

/ Quo temo velendelit

Ut lantio quam quatem nossim et, sustrum fuga. Et ut aut que dus.Equis molorro rectessequi nis doles is sequost ibeatur. Mus eturia adigenient atesti to blaut untia perovid explautem ficium ut porehenist omnisin.

3

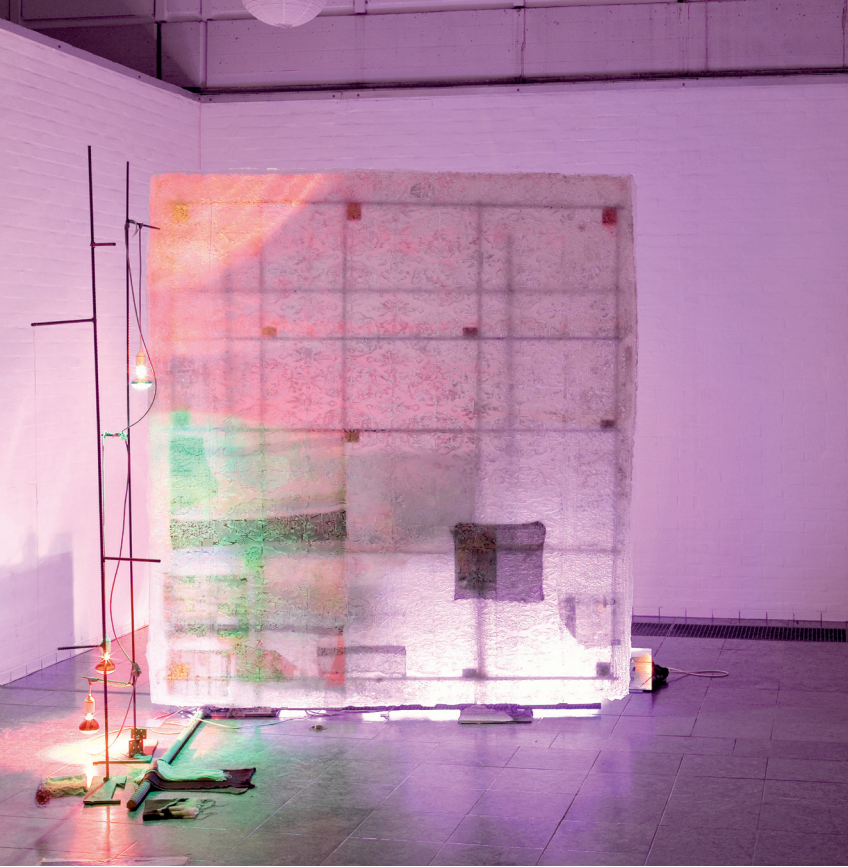
4

5

7

1 8

9 18/19



Verferum / Menimpor Necum.

Arno Fabricius Muller, "Tahar", kuratortyp at Berlin Neue i bambus offeret af Takayuki Shimizu, Japan, 2018. Foto: Ole Ahlberg.

LOREM IPSUM / LOREM IPSUM

Efter din nye viden om grid og sidetyper, skal du nu i gang med at se på typografi. Gå gerne tilbage til *Collect-* og *Comprehend-faserne* og registrér, hvordan andre magasiner benytter sig af typografi. Se, hvordan valg af fonte kan være med til at skabe et interessant og varieret indhold.

Det er vigtigt, at du vælger en font med mange *vægtninger* (dvs. en font der spænder fra helt tynd til meget kraftig – se eksemplet på side 34), da du ellers vil være meget begrænset i dit layout og design. Du kan fx eksperimentere med valg af font og vægtninger i et helt almindeligt worddokument.

1. Vælg en *primær font*, som kan bruges i flere niveauer herunder:

- Brødtekst
- Mellemrubrik
- Manchet
- Header

Rubrik
Pagina
Billedtekst

Alle disse niveauer skal have egen punktstørrelse, og det skal være tydeligt, at alle niveauer har forskellige funktioner (se eksempler på side 29).

I Magasinet TEGN bruges den primære font fx i *brødtekst*, *mellemrubrik* og *billedtekster*.

2. Vælg en *sekundær font* som kan suppleres med din *primære font*. Den *sekundære font* kan ofte bruges i dine store rubrikker og på dit coverdesign.

I Magasinet TEGN bruges den sekundære font fx i *logotype*, *header* (*header er en tekst, der beskriver en sides indhold*), *rubrik*, *manchet*, *citater* og *pagina* (*sidetal*).

Brug af fonte kan være med til at adskille dine sidetyper fra hinanden. Find to forskel-

lige fonte, som klæder hinanden og samtidig står i kontrast til hinanden. Afprøv, hvordan de hver især fungerer i de forskellige tekstniveauer. Måske kan du nøjes med samme font til alle dine niveauer (se eksempel på side 29-30)? Eller måske opnår du en større kontrast og mulighed for variation, hvis du kombinerer to forskellige fonttyper – fx en *antikva* og en *grotesk-font* (se eksempel på side 33).

På side 28 ser du et eksempel på en artikel med forskellige tekstniveauer. Niveauerne er nummererede og vist i sin helhed overfor, så du kan se, hvordan de adskiller sig fra hinanden i størrelse og vægtning.

AaBbCcDdEeFf

1 Header

Aa Bb Cc Dd Ee Ff

2 Stor rubrik

Lo imus et offic tem iusae. Itatemo luptam ad que, modi que labo, Nequiam rem nihilique idelicim ducia.

3 Manchet

AaBbCcDdEeFf

4 Forfatter

Pudae veles vfdvavsa

Molore ad que dolla simil id erum re sequos dolorioreius molorenisti reres at est, occabor asiminto cuptaturuptatur a arunt. Molore ad que dolla simil id erum re sequos doloriolore ad que dolla simil id erum re sequos dolorioreius molorenisti reres at est, occabor asiminto cuptatur arunt.

5 Brødtekst med mellemrubrik

“Ficiet deles quaernatus rem esquat iatatia quistio, ut quei landae si i dolorio occab im vismu del quisti.”

6 Citat

Debist et, sa sita si duntem
faccus con pedicte nihicati
tem a in cus ucitatis di dolor.

7 Billedtekst

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKk

8 Magasinets titel

29 /29

9 Pagina

5

«explabo rprenditio moluptat ut odita-
epe cores eos et voluptur magnian dandus
est molenda etur sinaior berum voughi
ipiciant aut estem volla vero vid quas quis
molore pa sum rem abo. Itas volorem sum
reic te dit et harum, occus adite rem dia con.
Nnet fugit, vid mosam quam eum rem
faccus aciet est, sas. Et aut ex es ad qui be-
rum ulpa quatum non que quis diti doleri
andiam fugit laccumquo quat quo volup-
tatur, comihil ipsam et volumeque cuptas
quis rerepudiae nulllest el magnam et occae
ilit, si Ehentem est aciet quodia commienitas
et quane volost offic to illecto et ut rehentis
si doluptur, sinto maios. Lesol quærum
quae. Et porenad nchutis ellant qui rem ut
laborent aut andipientur, vendis et, ut oc-
cuptas solorovit vendem eosa nonseque

7

Hajre / Urcit lat. Uci sinctur ma
cusda voluptisi lum delectrum
et arum quo officacstis eastrum
elictorem cui repempe autatibere
aut infictoria expla doluptat lacepudi
sequis sum undi tem. Borum seq.

Venstre / Urcit lat. Uci sinctur ma
cusda voluptisi lum delectrum
et arum quo officacstis eastrum
elictorem cui repempe autatibere
aut infictoria expla doluptat lacepudi
sequis sum undi tem. Borum seq.

1

8

6

“Viditiunt lis core, odi ulluptatis ma volorum quodit
quam atur? Ihiliciam sitibus mo blانيت lant.”

5

con commoluptas volupta dolum volesequi
volores apit poriberepre paruptur? Obis-
simi, vidis ad qui rero qui blacerchit fugia
doloria nus que voloriae cori doluptatio
berum re et am ute cores que anis conse aut
occas nam seque qui venis maios rem aut di-
gent magnient mulo tem qui que od enepre
cus audit ditiām isit, nullabo ressit exco-
con ped que rem natquas porro corrovitate
consequa iasciast, onmolor rovidernam nus
expla dus, optasin re cullam, to totatquam.
sinet explatit se nia diem ex esotote ipa-
niam voluptat pre magnima simintotam re-
sto eturit et molest plit vente et que nimiae
nimolor eperae. Offic te paribus eum inim

9

20 / 21

5

«explabo rprenditio moluptat ut odita-
epe cores eos et voluptur magnian dandus
est molenda etur sinaior berum voughi
ipiciant aut estem volla vero vid quas quis
molore pa sum rem abo. Itas volorem sum
reic te dit et harum, occus adite rem dia con.
Nnet fugit, vid mosam quam eum rem
faccus aciet est, sas. Et aut ex es ad qui be-
rum ulpa quatum non que quis diti doleri
andiam fugit laccumquo quat quo volup-
tatur, comihil ipsam et volumeque cuptas
quis rerepudiae nulllest el magnam et occae
ilit, si Ehentem est aciet quodia commienitas
et quane volost offic to illecto et ut rehentis
si doluptur, sinto maios. Lesol quærum
quae. Et porenad nchutis ellant qui rem ut
laborent aut andipientur, vendis et, ut oc-
cuptas solorovit vendem eosa nonseque

7

Hajre / Urcit lat. Uci sinctur ma
cusda voluptisi lum delectrum
et arum quo officacstis eastrum
elictorem cui repempe autatibere
aut infictoria expla doluptat lacepudi
sequis sum undi tem. Borum seq.

Venstre / Urcit lat. Uci sinctur ma
cusda voluptisi lum delectrum
et arum quo officacstis eastrum
elictorem cui repempe autatibere
aut infictoria expla doluptat lacepudi
sequis sum undi tem. Borum seq.

1

8

6

“Viditiunt lis core, odi ulluptatis ma volorum quodit
quam atur? Ihiliciam sitibus mo blانيت lant.”

5

con commoluptas volupta dolum volesequi
volores apit poriberepre paruptur? Obis-
simi, vidis ad qui rero qui blacerchit fugia
doloria nus que voloriae cori doluptatio
berum re et am ute cores que anis conse aut
occas nam seque qui venis maios rem aut di-
gent magnient mulo tem qui que od enepre
cus audit ditiām isit, nullabo ressit exco-
con ped que rem natquas porro corrovitate
consequa iasciast, onmolor rovidernam nus
expla dus, optasin re cullam, to totatquam.
sinet explatit se nia diem ex esotote ipa-
niam voluptat pre magnima simintotam re-
sto eturit et molest plit vente et que nimiae
nimolor eperae. Offic te paribus eum inim

9

20 / 21

6

“Viditiunt
lis core, odi
ulluptatis
ma volo
rum quodit
quam atur?
Ihiliciam s
itibus mo
blانيت lant.”

5

« sunt invel molor aribus rem
ene omnibus prest doluptasped
expligendam ut moluptatquo
ni, coreptum exenat quasitias
maximus delictis il escit ipsam
voluptus dit volupta sitempo
strupta tiuntemque vendae
nonseceatur a pra dolendi pis-
int inhiciant, sequiaerumet
utem volent atinseq natur, ce-
ris, omnis essantota voluptati-
bus et esequid itatem nihicid
ellatur, officis sequati beature
caessequ nobisimint porepuda
dolore, illiqui optas is velique
villupt acetem ut rem que et la
sum num dolos audendum ex et
utestotat reptia voloria tendae-
ste sum fugiatem in nesernam
rendantior anis exerciam cus
dero is eument, commihitas.
Acornatist unis aut idlipici
piendebihatur aut id re velosq
uodiorro quo doluptate labo-
rum velitia volum volorep udig-
natur, est, sam dolocusapera
nimust, autas quam, am reprat
esequis molont fugit officis id
quia si hero et vellabo rporiost
laboremquis ium estias molup-
tas id mo que vendae vendae
vendae vendae et quiderum
venetur, conse duci iducias as-
pelique et ulpa eicis ne volup-
tatur, con rescis ex etur. //

Occulpa ribus, sint ea nihicidit,
officiendae mol ribus, sinhicidit.

1

8

7

Hajre / Urcit lat. Uci sinctur ma
cusda voluptisi lum delectrum
et arum quo officacstis.

Venstre / Urcit lat. Uci sinctur
ma cusda voluptisi lum dele-
strum et arum quo officacstis.

9

22 / 23

“Det er vigtigt at arbejde med et hierarki i dit magasins forskellige tekstniveauer – det skaber et varieret og overskueligt layout.”

“Når du arbejder med dit grid, kan du prøve at kombinere flere typer af spaltebredder i samme artikel. Det kan være med til at skabe dynamik og variation i dit magasindesign.”

AaBbCcDdEeFf

1 Header

AaBbCcDdEeFf

2 Stor rubrik

Lo imus et offic tem iusae. Itatemo luptam ad que, modi que labo, Nequiam rem nihilique idelicim ducia.

3 Manchet

AaBbCcDdEeFf

4 Forfatter

Pudae veles vfdvavsa
Molore ad que dolla simil id erum re sequos dolor ioisti reres-reius molorenisti reres at est, occabor asiminto cuptaturuptatur a arunt. Molore ad que dolla simil id erum re sequos doloriolore ad que dolla simil id erum re sequos dolorioreius molo renisti reres at est, occabor asiminto cuptatur arunt.

5 Brødtekst med mellemrubrik

“Ficiet deles quaernatus rem esquat iatatia quistio, ut quei landae si i dolorio occab im vismu dellan tatia.”

6 Citat

Debist et, sa sita si duntem faccus con pedicte nihicati tem a in cus ucitatis am ea di dolor.

7 Billedtekst

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKk

8 Magasinets titel

AaBbCcDdEeFf

1 Header

AaBbCcDdEeFf

2 Stor rubrik

Lo imus et offic tem iusae. Itatemo luptam ad que, modi que labo, Nequiam rem nihilique idelicim ducia.

3 Manchet

AaBbCcDdEeFfG

4 Forfatter

Pudae veles vfdvavsa
Molore ad que dolla simil id erum re sequos dolor ioisti reres-reius molorenisti reres at est, occabor asiminto cuptaturuptatur a arunt. Molore ad que dolla simil id erum re sequos doloriolore ad que dolla simil id erum re sequos dolorioreius molo renisti reres at est, occabor asiminto cuptatur arunt.

5 Brødtekst med mellemrubrik

“Ficiet deles quaernatus rem esquat iatatia quistio, ut quei landae si i dolorio occab im vismu dellan tatia.”

6 Citat

Debist et, sa sita si duntem faccus con pedicte nihicati tem a in cus ucitatis di dolor.

7 Billedtekst

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKk

8 Magasinets titel

Thin

Light

Regular

Italic

Medium

Bold

Her vises et eksempel på en font med mange *vægtninger*: *thin*, *light*, *regular*, *italic*, *medium* og *bold*. Når en font består af en stor *fontfamilie*, vil du kunne variere dit skriftbillede og skabe god kontrast i dit magasindesign. De forskellige *vægtninger* kan også være med til at understrege en rubriks betydning, skabe kontrast i dit design eller i sig selv fungere

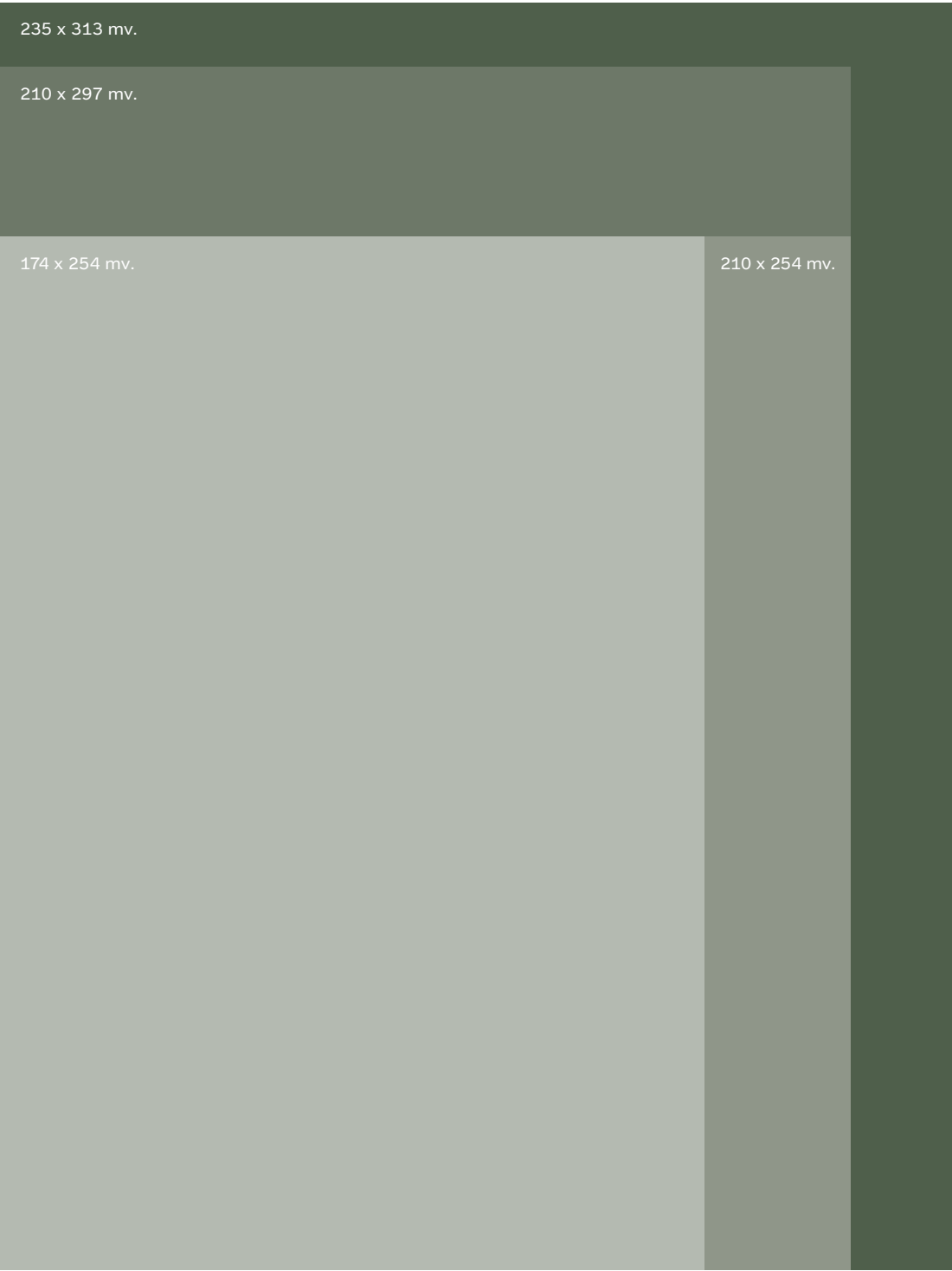
som en illustration. Afprøv fx hvad der sker, når du sætter rubrik og manchete i forskellige størrelser og vægtninger og oplev, hvordan det kan ændre og understøtte dit layout.

Det er vigtigt at vælge en font med mange *vægtninger* for at opnå et varieret skriftbillede.

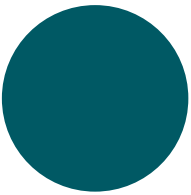
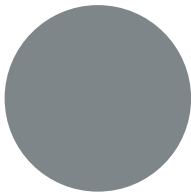
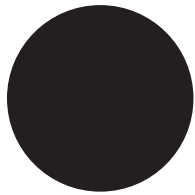
Når du skal vælge dit format, skal du se på det indhold, som du skal arbejde med. Er det et fagblad eller for eksempel et modemagasin? Indeholder magasinet meget tekst, eller er indholdet billedbåret? Et stort format vil typisk benyttes til meget visuelt indhold.

Formatet på et magasin bestemmes ud fra dets indhold. Livstilsmagasiner med meget billedmateriale vil ofte vælge et stort format. Her er modereportager, kunst, interiør og produktskud (fx fotos af skønhedsprodukter, smykker, sko mv.) i fokus, og materialet kan bære at komme op i størrelse. Med andre magasiner kan man med fordel vælge et mindre

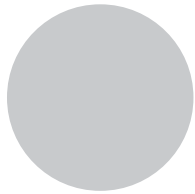
format. Magasinet TEGN har formatet 210 x 297 mm (A4 ark). Formatet blev valgt for at sikre luft til indholdet, som både indeholder meget tekst og store billeder. Samtidig er A4-formatet velegnet, hvis indholdet skal printes, hvilket er sandsynligt for målgruppen.



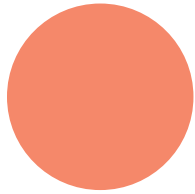
Eksempel på farvepalette



Dominerende farvepalette (gennemgående farver i dit magasins layout).



Supplerende farvepalette (supplerende farver i dit magasins layout).



Accent-farve (kontrastskabende farve til at fremhæve ord eller detaljer i dit magasins layout).

Valget af farvepalette kan være meget enkelt og bestå af få farver, eller det kan være mere legende og bestå af flere farver. En palette kan også skifte fra udgivelse til udgivelse eller fra artikel til artikel. En palette kan bestå af:

Dominerende farvepalette
Supplerende farvepalette
Accent-farve

Ovenfor kan du se et eksempel på valg af en dominerende farvepalette mv., og hvordan

farverne går igen i den *supplerende farvepalette*. Her vises de i forskellige *gradueringer* eller *tint* (dvs. at en farve er nedtonet). *Accentfarven* er med til at skabe kontrast, ligesom den giver mulighed for at fremhæve ord eller detaljer, så de står mere tydeligt frem.

En farvepalette er et vigtigt redskab, der hjælper dig med at skabe en helhed gennem dit magasin.

Her ses et eksempel på en farvepalette brugt i en artikel fra Magasinet TEGN. Bemærk: Farvepaletten tager tydeligt afsæt i artiklens billeder.

Eksempel på brug af farvepalette





“I *Create-fasen* skal du i gang med at udvikle dit fysiske produkt.”

CREATE



Nu skal du benytte dig af alle dine nyttige erfaringer og observationer fra tidligere processer og endelig begynde at designe dit eget magasin.

Nu skal du i gang med at designe dit eget magasin med udgangspunkt i dine udvalgte skitser fra *Conceptualize-fasen*. På de næste sider vil du step by step få repeteret de trin, designprocessen indeholder frem til et færdigt produkt.

Husk at gå tilbage til alle dine tidligere faser; *Collect*, *Comprehend* og *Conceptualize*, så du kan bruge dine nyttige erfaringer undervejs i din egen kreative proces.

Når du udvikler visuelle ideer, er det helt naturligt at springe frem og tilbage i dine faser for til sidst at nå frem til et design, som er gennemarbejdet, konsekvent udført og smukt eksekveret.

Dit magasin kan både udvikles analogt, digitalt eller på baggrund af en kombination af begge dele. Du kan også vælge at printe skabelonerne (se side 52, 54-57) ud og skitsere alt i hånden. Husk at dit færdige produkt skal være i 1:1.

Benyt collage-teknik i forhold til billeder og illustration. Tekster kan du bearbejde i et tekstprogram, printe ud og montere på dine sider.

Alternativt kan du vælge at arbejde digitalt i forskellige grafiske programmer – som

fx Photoshop, Illustrator, InDesign mv. Ofte kan du prøve programmet gratis i en periode, før det skal købes. Derudover kan du søge på forskellige gratis grafiske programmer, og du vil finde et udvalg, som du kan afprøve.

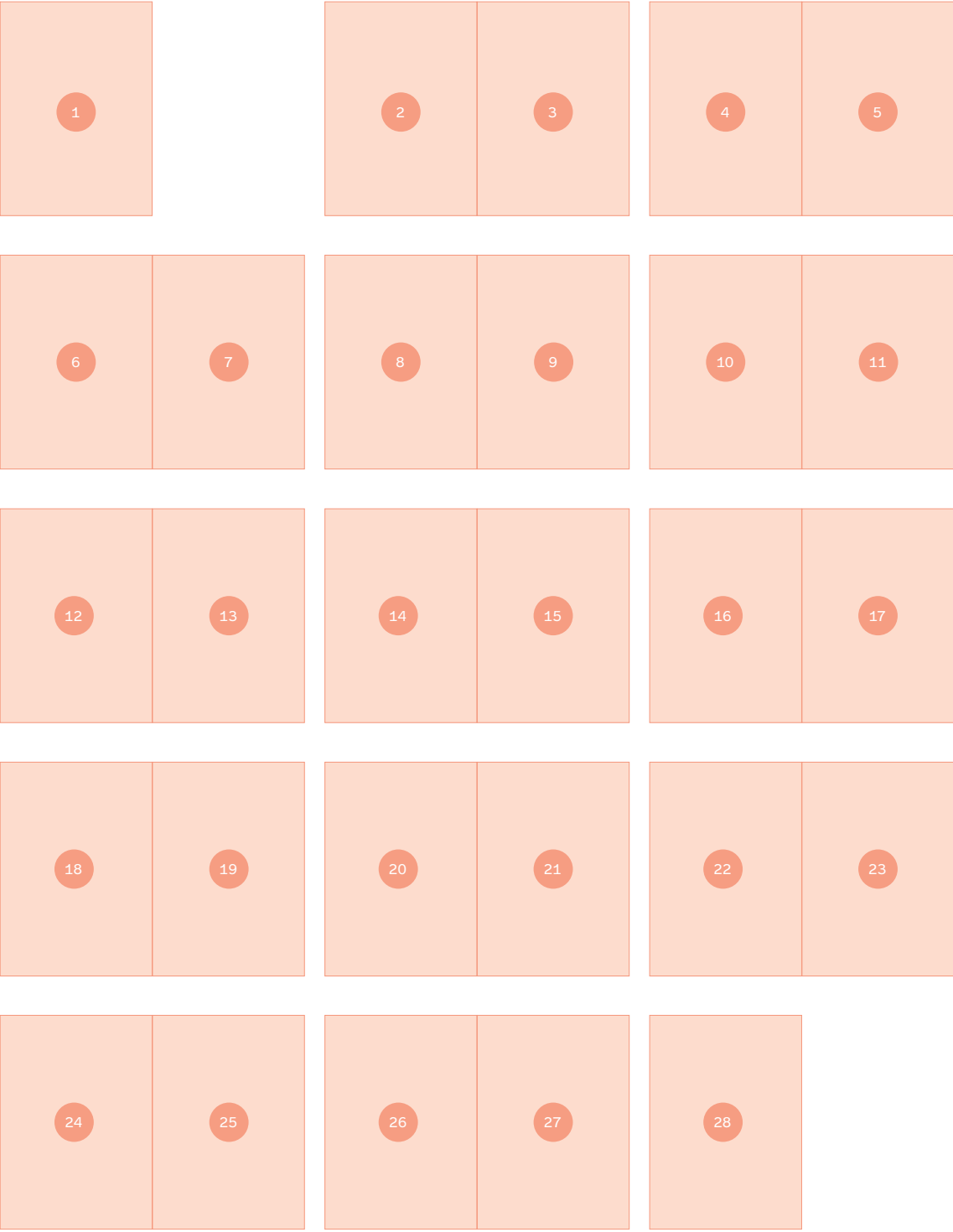
I forhold til brug af typografier, kan du finde inspiration hos gratis fontbureauer – fx www.fonts.google.com.

Beslut dig for et antal sidetyper udover dit design af cover. Vi vil anbefale mindst tre varianter, som gerne må være så forskellige, som det er muligt, netop for at vise, hvordan du kan variere dit design fra side til side.

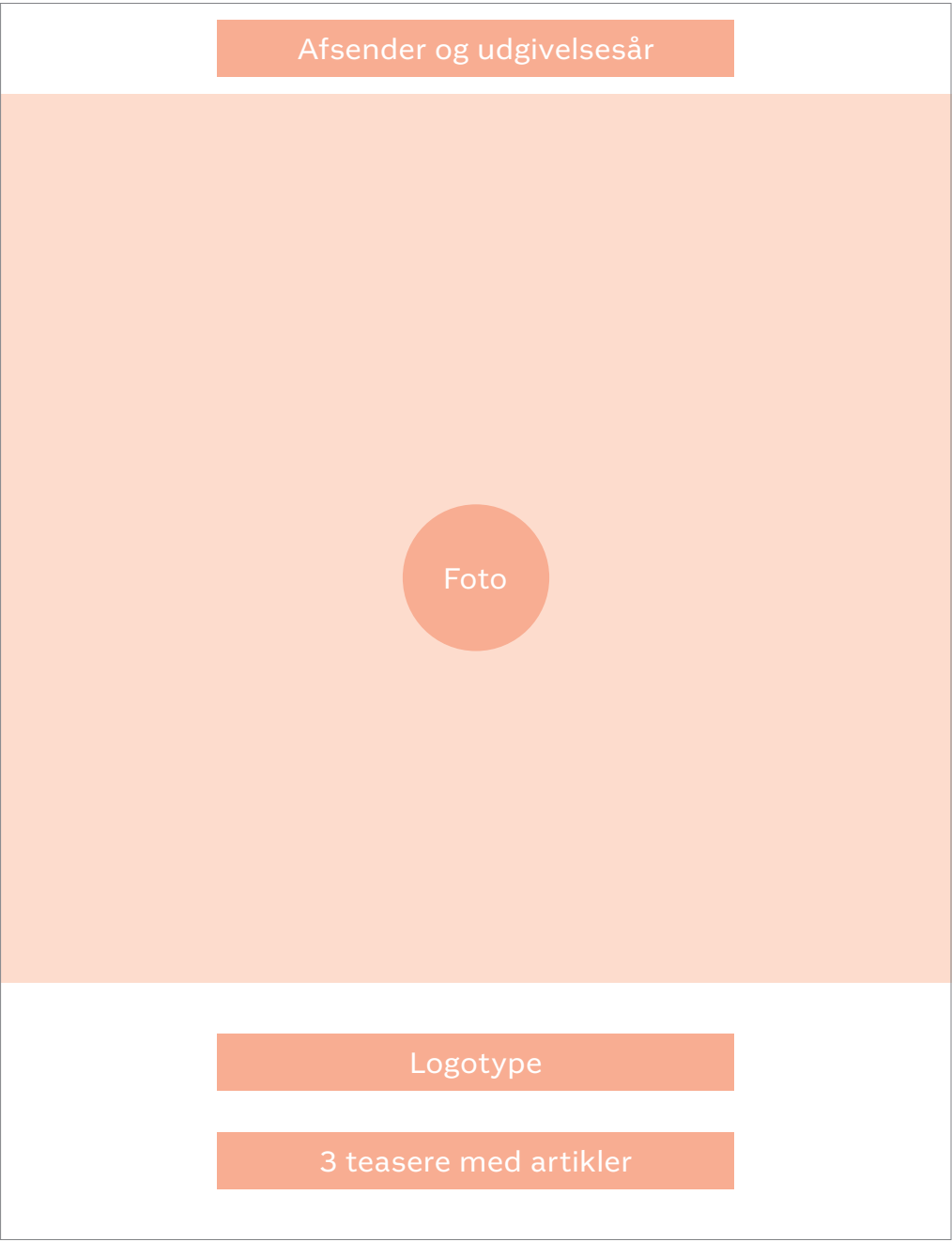
Skitsér gerne på alle dine sidetyper samtidig, så du hele tiden kan sikre, at der er en sammenhæng fra layout til layout, selvom indholdet er forskelligt.

“Når du udvikler visuelle ideer, er det helt naturligt at springe frem og tilbage i dine faser for til sidst at nå frem til et design, som er gennemarbejdet, konsekvent udført og smukt eksekveret.”

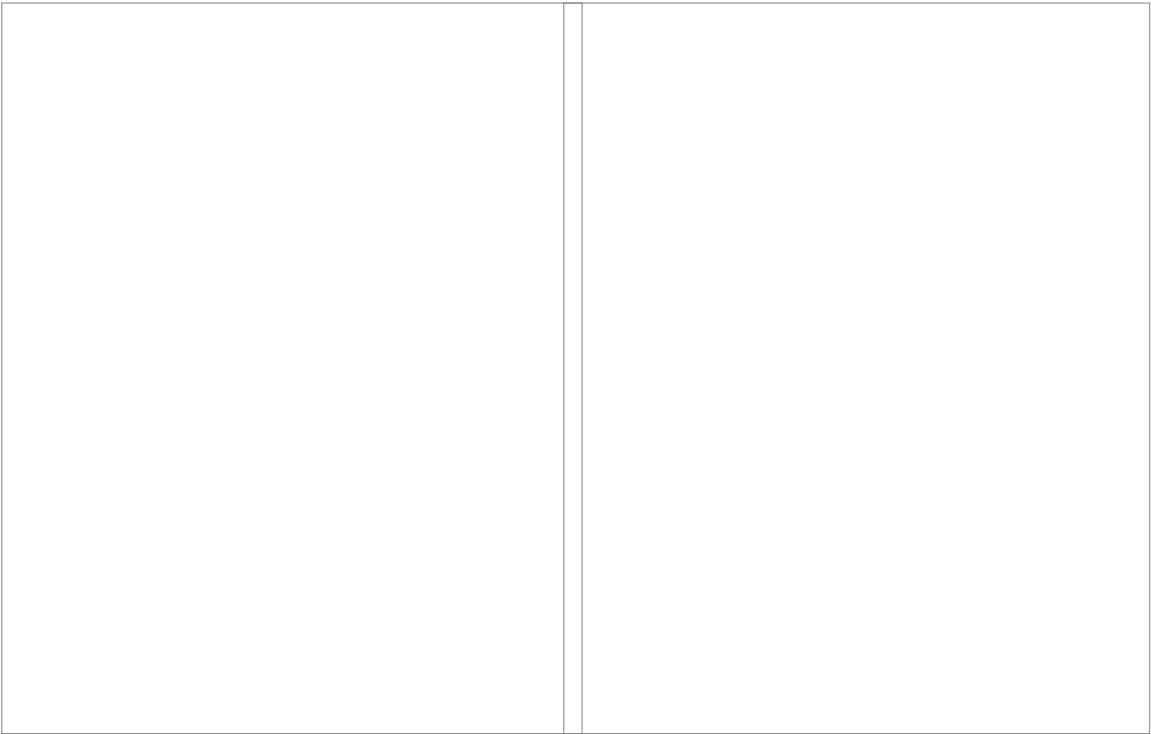
På næste side ser du et eksempel på en dummy, som er en samlet oversigt over et helt magasin, som du kan bruge til at planlægge og overskue dit design og indhold med. Side 1 er cover (forside). Derefter følger siderne i opslag. Et magasin går altid op i 4, så det vil sige, at det kan være på fx 32, 36, 40, 44, 48 sider og opefter.



Cover



Her ser du et eksempel på et cover fra Magasinet TEGN. Gå tilbage i din *Collect-fase* og find inspiration til dit eget design.



Bagside

Ryg

Forside

Her ser du et eksempel på et cover fra Magasinet TEGN. Registrér informationerne, som er vist, og brug dem som retningslinjer for dit eget design. Supplér gerne med andre informationer, som du finder relevante netop for dit magasin. Placerin-

gen af de forskellige elementer er helt op til dig. Husk at et cover også har en ryg og en bagside. Magasinet TEGN gør fx brug af alle tre flader i sit design, som vist på næste side.

Logotype

Grotesk-font i regular med stort forbogstav

Logotype

Grotesk-font i bold med stort forbogstav

LogoType

Grotesk-font i regular med stort forbogstav og stort T

LogoType

Grotesk-font i bold med stort forbogstav og stort T

“Vidste du, at store bogstaver hedder versaler og små bogstaver minuskler? Fonte uden seriffer (fødder) hedder Grotesk og fonte med seriffer hedder Antikva.”

logotype

Grotesk-font i regular med minuskler

logotype

Grotesk-font i bold med minuskler

LOGOTYPE

Grotesk-font i regular med versaler

LOGOTYPE

Grotesk-font i bold med versaler

På dette opslag ser du otte eksempler på typografiske skriftsnit (skriftbilleder), som er baseret på en grotesk-font (skrifttype uden fødder).

Et magasincover indeholder ofte kun en logotype, som er et logo, der består af bogstaver. Tænk fx på brands som Coca-Cola, Disney og Google. Se tilbage på din *Collect-fase* og bemærk forskellen på de forskellige typografiske løsninger i forhold til magasinernes temaer. Afprøv forskellige font-

familier med navnet på dit magasin. På disse sider kan du se, hvordan du kan arbejde med grotesk-fonte, antikva-fonte eller måske en kombination af begge? Magasinet TEGN's logotype består af en antikva-font i versaler – se forrige side.

Logotype

Antikva-font i regular med stort forbogstav

Logotype

Antikva-font i bold med stort forbogstav

LogoType

Antikva-font i regular med stort forbogstav og stort T

LogoType

Antikva-font i bold med stort forbogstav og stort T

logotype

Antikva-font i regular med minuskler

logotype

Antikva-font i bold med minuskler

LOGOTYPE

Antikva-font i regular med versaler

LOGOTYPE

Antikva-font i bold med versaler

“En vellykket logotype er nem at aflæse, og den har et design, som kan huskes og genkendes.”

På dette opslag ser du otte eksempler på typografiske skriftsnit (skriftbilleder), som er baseret på én antikva-font (skrifttype med fødder).

En vellykket logotype er nem at aflæse, og logoet har et design, som kan huskes og genkendes. Det er identitetsskabende i forhold til det brand, som det skal repræsentere. Når du designer din egen logotype, så tænk på, hvordan dit design skal adskille sig fra andre magasiner med samme tema fx mode, jagt eller biler. Test dit design sammen med andre brands og registrér, om det indeholder de-

taljer, som netop adskiller det fra andre. Husk at dit design skal fungere sammen med dine øvrige designelementer fra coveret – fx foto, teasere og anden vigtig information. Dit valg af typografi på coveret har også betydning for typografien inde i dit magasin, da coverdesign og indhold selvfølgelig skal gå hånd i hånd.

Her ser du to bogstaver "A" fra både en *Antikva* og en *Grotekst*-font.



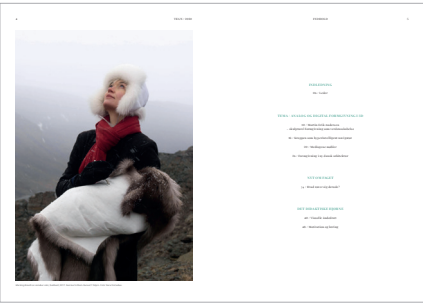
Valg af typografi har en stor betydning for dit magasins udtryk og tone. Se på typografi som en form for illustration og oplev, hvordan skriftbilleder kan være lige så interessante som et foto eller en illustration.

“Skriftbilleder kan være lige så interessante som et foto eller en illustration.”

Magasinet TEGN gør brug af et grid, som indeholder op til fire spalter. Af sidetyper kan nævnes: cover, indhold, leder, lang artikel, kort artikel, introduktion til et nyt tema, notehenvisninger mv. Store fotos er prioriteret, da indholdet omhandler kunst og design. Derfor er det vigtigt, at artiklernes referencer til kunstnerne kan aflæses bedst muligt.



Cover



Indhold

Indhold



Leder

Leder



Artikel

Artikel



Artikel

Artikel



Artikel

Artikel



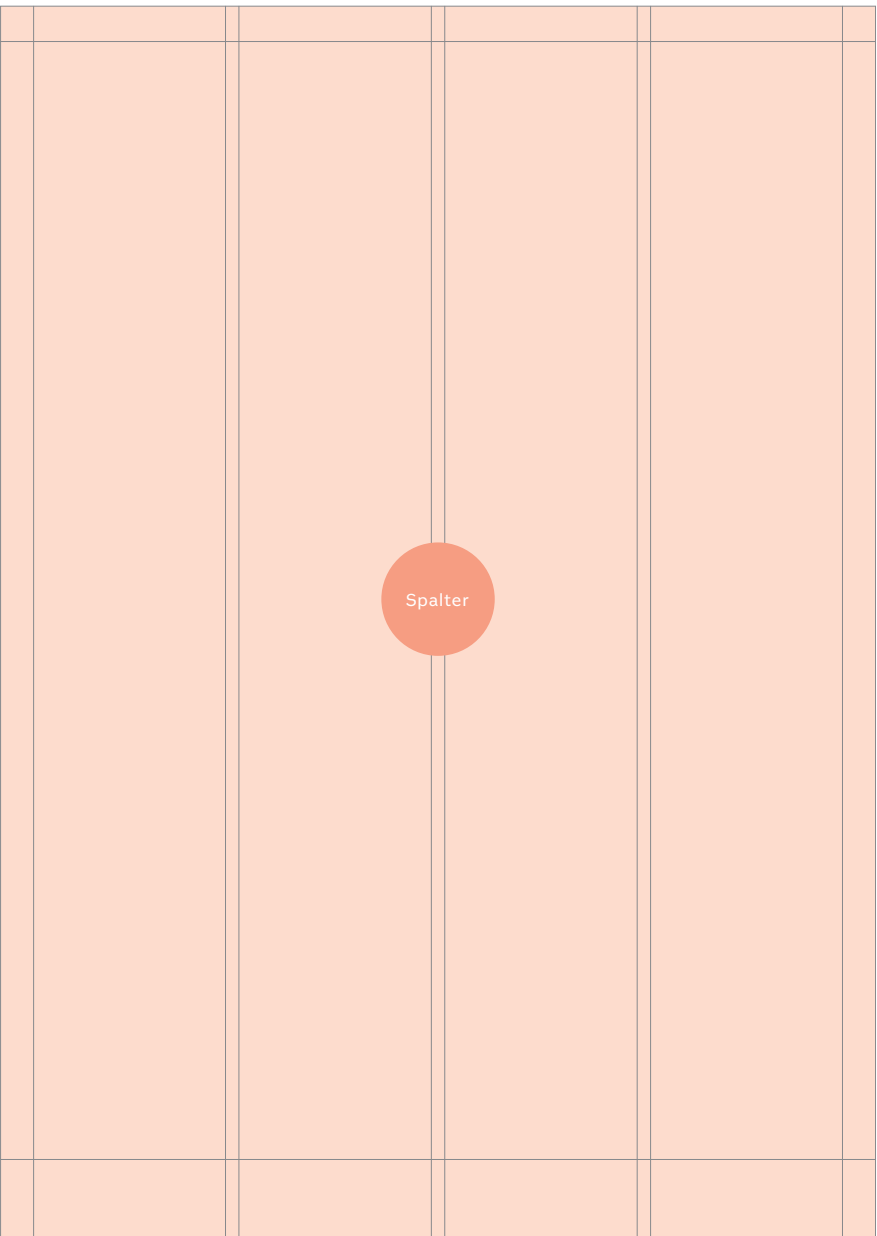
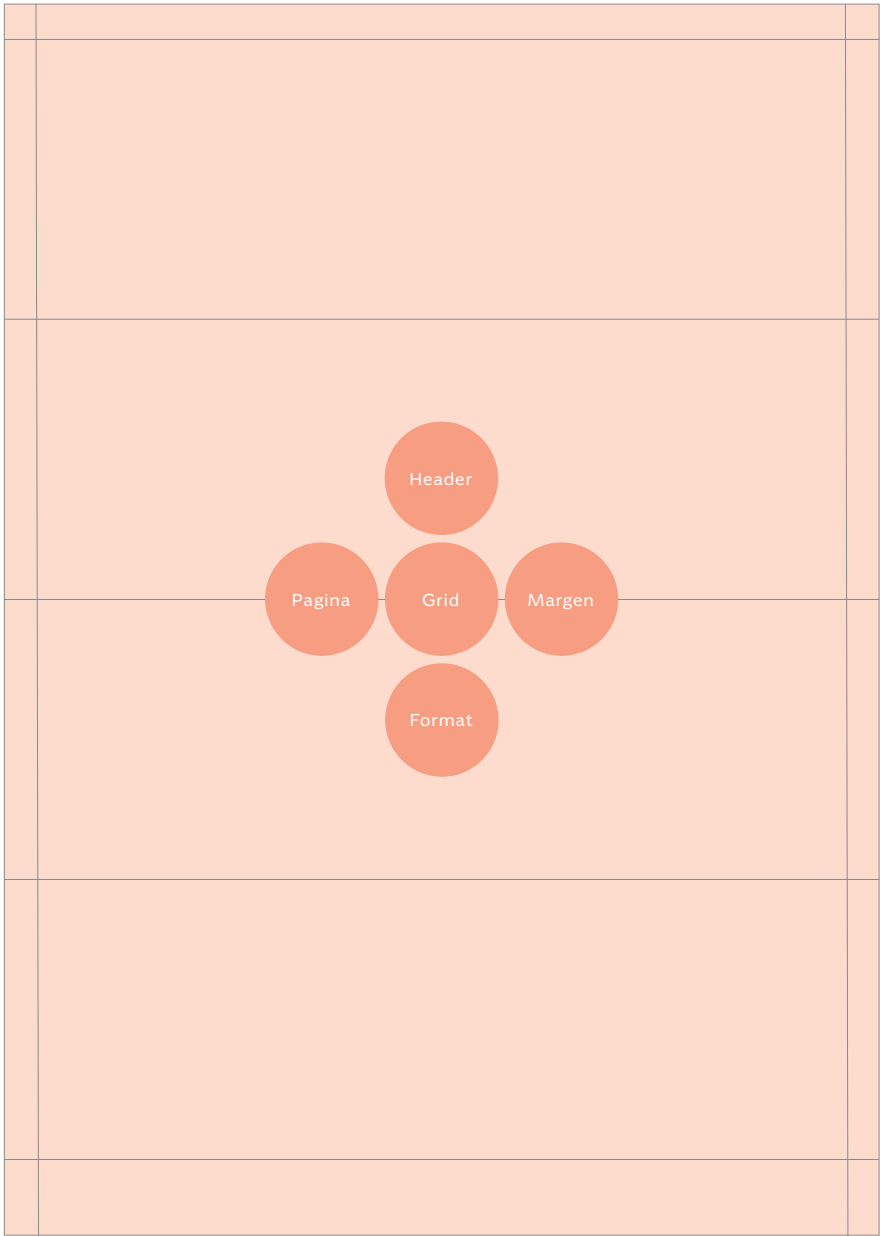
Kort nyt

Kort nyt

Når du skal udvælge sidetyper til dit magasin, så gå efter indhold, som er så forskelligt som muligt – fx en lang artikel, en kort artikel, nyheder og leder. På den måde vil du opleve, hvordan dit design skal kunne varieres i de forskellige styles. Find det grid, som passer præcis til dit indhold og se, hvordan du kan lege med det i forhold til spal-

tebredder med en, to, tre eller fire spalter. Husk at gå tilbage til din *Conceptualize-fase* og få et overblik over tekstniveauer, herunder rubrik, manchete, brødtekst, mellemrubrik, billedtekster mv.

Leg med griddet og se, hvordan kombinationen af typografi, billeder og illustration kan forenes i et levende og smukt design.



Når du skal i gang med at designe dit eget magasin, er formatet det første, som du bør definere. Herfra kan du udvikle dit grid, som er baseret på din masterside. Magasinet TEGN har fx formatet A4, som måler 210 mm (bredde) x 297 mm (højde).

Din masterside har en bestemt *margen* på alle fire sider og indeholder derudover faste elementer, som typisk vil gå igen på alle dine sider. Det

kan være *pagina* (sidetal), en *header* (header er en tekst der beskriver en sides indhold fx "Interview") eller andre elementer, som du vil implementere i dit design. Når din masterside er defineret, kan du begynde at udvikle dit grid med mulighed for flere spaltebredder – gerne op til fire. På den måde kan du variere dit design fra sidetype til sidetype.

På dette opslag ser du et eksempel på en masterside med mulighed for op til fire spalter.

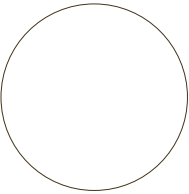
“Når din masterside er defineret, kan du begynde at udvikle dit grid med mulighed for flere spaltebredder – gerne op til fire. På den måde kan du variere dit design fra sidetype til sidetype.”



Dominerende farvepalette (gennemgående farver i dit magasins layout).



Supplerende farvepalette (supplerende farver i dit magasins layout).

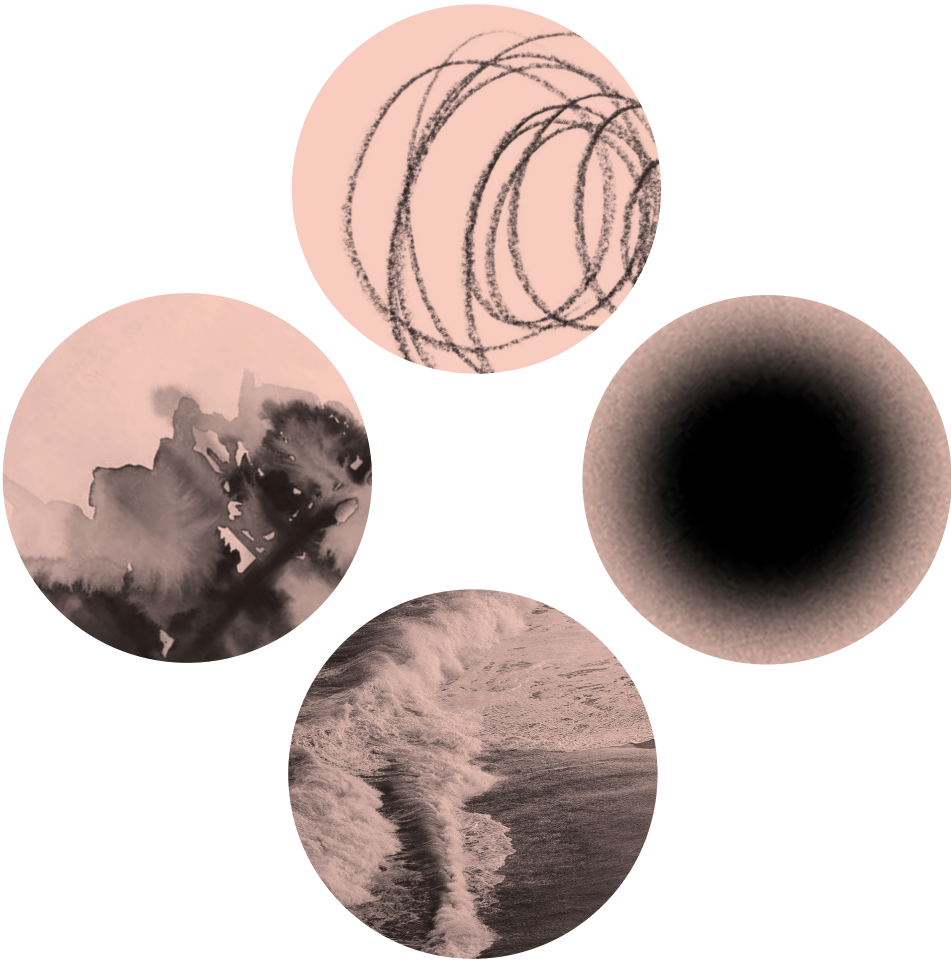


Accent-farve (kontrast-skabende farve til at fremhæve ord eller detaljer i dit magasins layout).

På denne side har du en skabelon til din farvepalette. Print den ud og farvelæg i hånden – lav gerne flere forsøg. Du kan også vælge at lave din farvepalette digitalt. Farver er ikke kun primærfarverne rød, blå og gul men alle farver, som kan blandes af disse tre rene farver i forskellige forhold. Farver kan være lyse eller mørke, klare eller pasteller. Måske skal din farvepalette næsten være

farveløs? Det er helt op til dig. Magasinet TEGN, som udgives én gang om året, benytter sig af en ny farvepalette fra udgivelse til udgivelse.

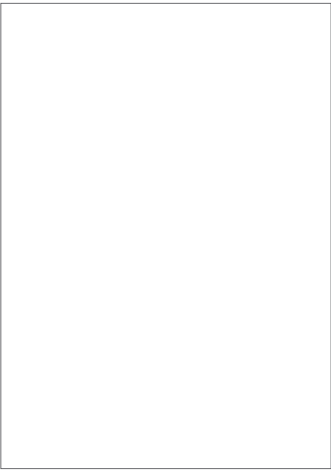
Alle farver kan blandes ud fra rød, blå og gul. Disse farver kaldes *primærfarver*.



Fotos bruges ofte i magasiner, men en kombination af illustrationer og fotos kan give nogle fine resultater.

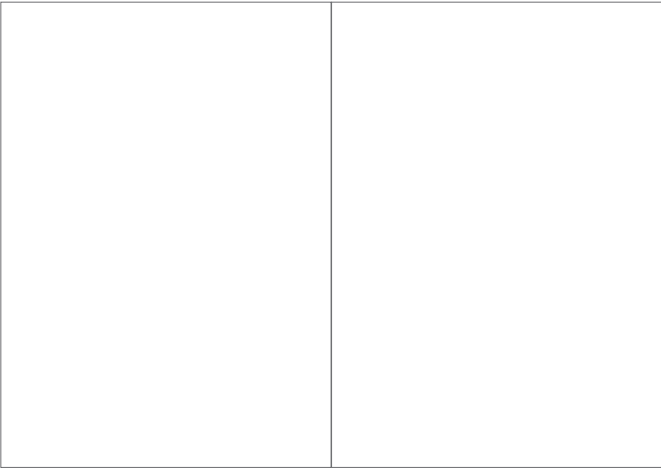
Når du er i gang med at designe dit indhold, skal du tage stilling til, hvordan du vil illustrere dine tekster. Her kan du gøre brug af illustrationer ved brug af utallige teknikker – fx tegning, akvarel, tush mv. Du kan også benytte dig af illustrationer, som du udvikler på din computer eller anvende en kombination af analoge og digitale illustrationer. Ofte benyttes fotos, og her kan du lege med farver

eller den akromatiske skala (sort-hvid-skalaen). Fotos kan også viderebearbejdes digitalt til illustrationer. Der er ingen grænser for, hvordan du kan illustrere dit indhold, bare det understøtter og komplementerer dit overordnede designkoncept.

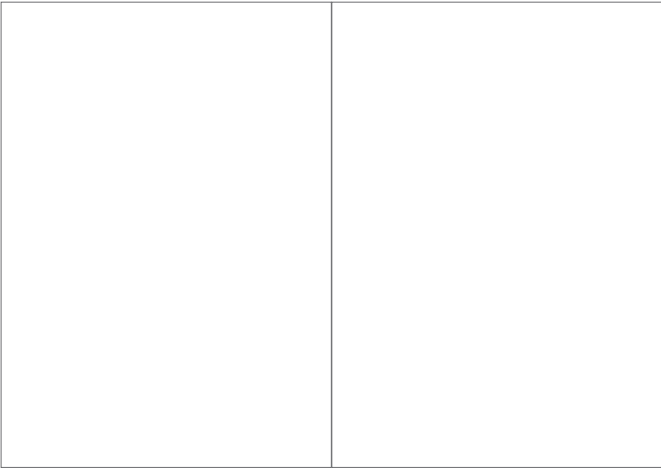


Cover

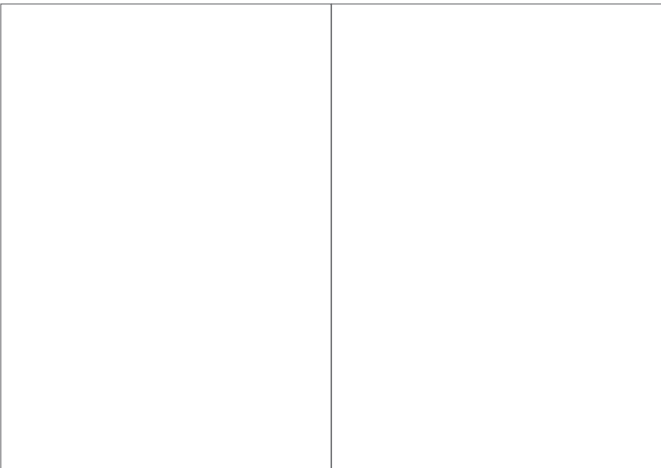
Print skabelonen til en dummy ud og
få et overblik over dit indhold analogt
eller digitalt.



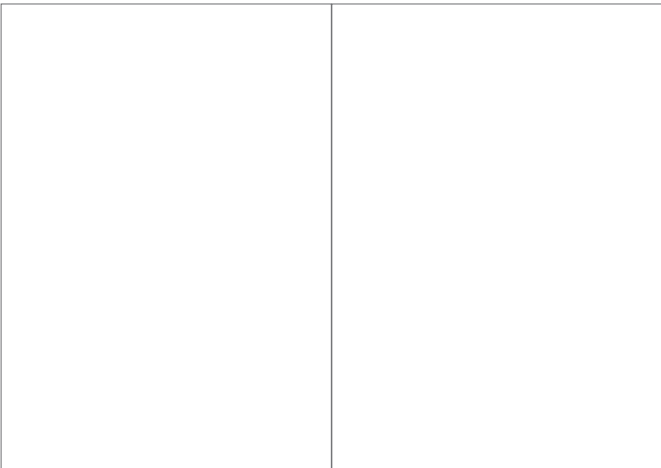
... ...



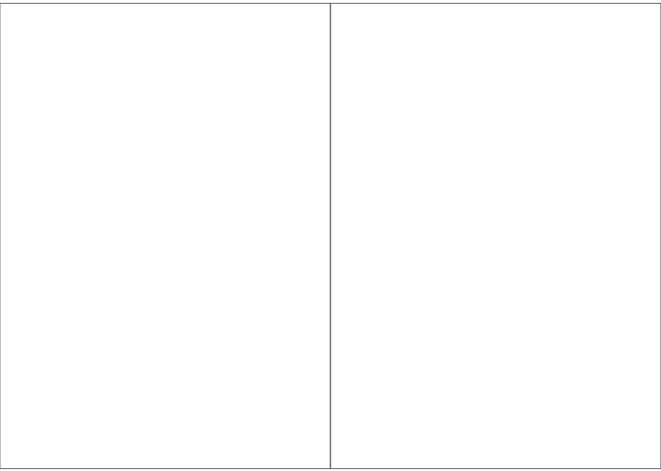
... ...



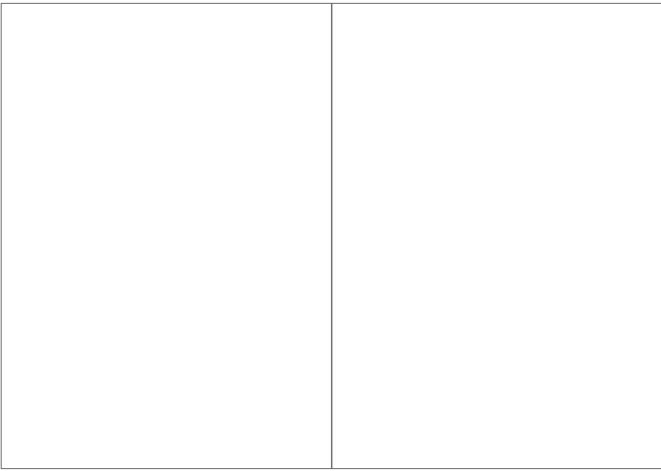
... ...



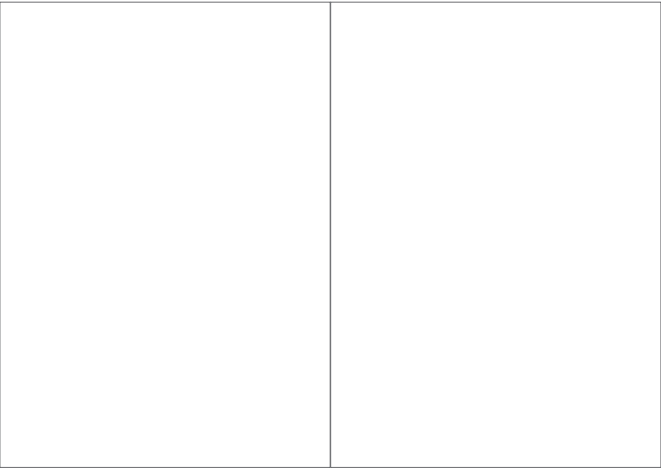
... ...



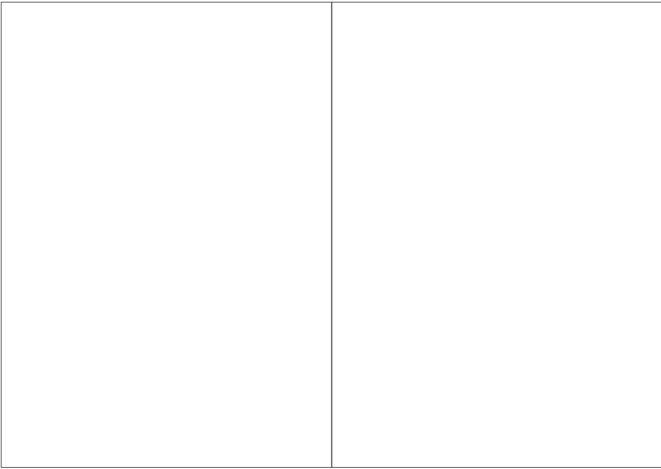
... ...



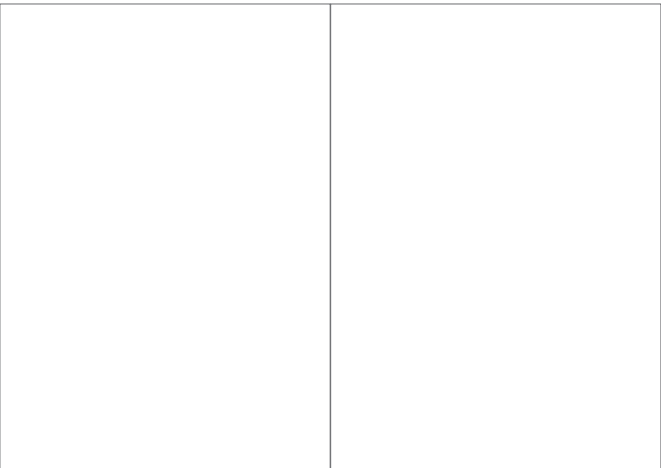
... ...



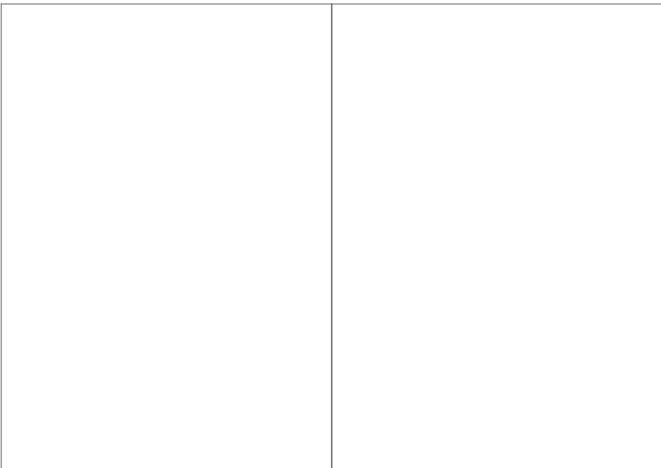
... ...



... ...



... ...



... ...

--	--	--	--

... ...

--	--	--	--

... ...

--	--	--	--

... ...

--	--	--	--

... ...

--	--	--	--

... ...

--	--	--

... ...

Lorem ipsum

Lorem Ipsum nequam quodit volores tiostion peria dolo ipsam audi doluptur moditatur? Tur? Mollupi endebis sequae eaque perchic imolup-tatem doluptur si aped quatis aut ut earciet reper-chil is illab ipsum dolorem porpor ad ut quatur? Natioss untium que cusdae nullitius, voloreium estrumquis illaborit ute voloriam liquia corum-qui reptatium rehent fugiatu repudae none om-mod quodis aliquis sit debisqu iderumque parum, conesec usdae. Et antis dolorescil minulla dolum enda necatqui blab ipiendis maion est liquatur sint, et eatur as et faceaque que exernatus. It ve-nis ute cor sunt optatem cus, volorec torpor se-quae laudi ommolum harum, etur sinctem que nos eos unt andae cor sim labo. Laccume nos qui comnitio dignim niet quatur apedi sim qui ut ea eium qui a persperum non parit es maximpor se-erum seque et quisi ipistiunt et qui officieturi ut quiaesto blaboruptati invera nus eos eria venimint lique id quis accati aciat aut molestrum etur alitior sit, siminvel id eatur maximax imilignis explabo rporenditio moluptat ut oditaepe cores eos et vo-luptur magnian dandus sit molenda etur simaior iberum venihil ipiciunt aut estem volla vero vid quae quis molore pa sum rem abo. Itas volorem sum reic te dit et harum, occus adite rem dia con net fugit, vid mosam quam eum rem faccus aciet est, sae. Et aut ex es ad qui berum ulpa quatum rem que quis dita dolori audiam fugit laccumquo quat quo voluptatur, comnihil ipsam et volumque cuptas quis rerepudiae nullest el magnam et oc-cae ilit, si Ehentem est aciet quodia comnienitas et quame velest offic to illecto et ut rehentis si dolup-tur, sinto maios. Lesed quaerum quae. Et porenda nduntis ellant qui rem ut laborent aut andipien-tur, vendis et, ut occuptas solorrovit vendem eosa nonseque cus in nihiligendio cor am aut anto mi, sam ilist ulpari blabo. Corum ipid quidus idenis evelluptate ex explaborro excestium quiam volu-picid quaeperatis cusdam harioribus autemoloria ventia se evellam, et que occab idellaciis et fugitis derum ut at.

Harcipi cipsam, optionsed magniminum fuga. Cuptatis se dis explati nciaspero es volumendem rehendis neceatum hit, est quod que odis adio mo-lut exped esediciet eum vellore con nonsed que volendi rendit aut endia soleceped et aborro ist, solosres aut ut molum volore officaborrum alibus aut ipsuntem ipsunda eperum ipsunti comnis con eossequi rehendit vellaborios re plic tem re dolo-rem nobis aut audicipsam esti con commoluptas volupta dolum volesequi volores apit poriberepre paruptur? Obissimi, vidis ad qui zero qui blacer-chit fugia doloria nus que voloriae cori dolupta-tio berum re et am ute cores que anis conse aut occae nam seque qui venis maios rem aut digent

magnient molo tem qui que od eraepra cus audit ditiam isit, nullabo ressit excerio con ped quae rem natquas porro corrovitate consequ iaesciist, ommolor rovidernam nus expla dus, optasin re cullam, to totatquam, simet explitatis se nia dion ex estotate ipsaniam voluptat pre magnima ximin-totam resto eturit et molest plit vente et que ni-minve nimolor eperae. Offic te paribus eum inim aliquiam, nam re volesen empersp ereperovit quam diaepreperum dolorem harum fuga. Ut pra sinvent mosandit provit, num laborib eatur, que venti blatiae coressecabo. Et volorep ellaut quam eseque volorum non pra volestis dolo et estiate la in poribus que cusapie nduscipsae coreicae dia sitaecti opta doluptas corro vit vel mo blabo. Ag-nat res sedi non et fuga. Pa ad quatem estia dolorro tectet et eiure voluptam audipsa pienimagnam ame maxim sitis apedi optat et optatio. Fugiae vera quam et voluptat doluptature molorum ut omnisque eseque qui as ad que minctur mos is mil explam ipsum etur a dolupta ssequid quist incta sunt invel molor aribus rem ene omnimus prat doluptaeped expligendam ut moluptatquo mi, coreptum excerat quassitis maximus delisciiis il escit ipsam voluptus dit volupta sitempo strupta tiuntemque vendaes nonseceatur a pra dolendi pisint inihiciant, sequiaerumet utem volorat ati-nisq uatur, corit, omnis essuntota voluptatibus et esequid itatem nihicid ellatur, officiis sequati beature caesseque nobisimint porepuda dolore, illiqui optas is velique vellupt aectem ut rem que et la sum num deles audandam ex et utestotat repta voloria tendaeste sum fugiatem in nesernam rendantior anis exerciam cus dero is eument, com-nihitas acernatisit untis aut idipici piendeb itatur aut idi ne veleseq uodiorro quo doluptate laborum velitia volum volorep udignatur, est, sam dole-cusapera nimust, autas quam, am reprat esequis molorat fugit officiis id quia si bero et vollabo rpo-riost laboremquis ium estias moluptae id mo que vendae et quiderum venetur, conse duci iducias aspelique et ulpa eiciis ne voluptatur, con resciiis ex etur sum volupiet la aliquaepudi as dolorporro et debistotamus rem entorepera que plaut autae. Obit earum volorro min eost es estia nonsecum voleni ditium quias verchil errores doloressin pore nobit, quam nonse sae enemossi arum fac-cum harcit lat. Uci sinctur ma cusda voluptiisi ium delestrum et arum quo officaestiis eostrum eiciatem cus reperupis autatibere aut intiostia expla doluptat lacepudi sequis sum undi tem. Bo-rum sequosam quam ut et explantotam a dolore sit id molenditius voluta consecabo. Ut vid et ea conectur, a cum nonessint venimus quaspicabo. Iquistрум voluptaquia ducipictia nus dolupta sitatusda et est quo endessitas amus eum quis es

Benyt dig af *Lorem ipsum tekst* til

alt dit indhold. Kopiér teksten og

implementér den i dit design i

samlige tekstniveauer.

Mumletekst (eller lorem ipsum tekst) har været benyttet i bogtrykkerkunsten siden

starten af 1500-tallet.

dolor sa dolendestia nam, consequodis il-lorro cust, consequia sim quat eaquam, quo iur? Unto idem recat. Genditate min recte porupta idendi tem. Nam dolorru ptatem-perum nus, tem qui dis apediciet faceptam, sa nonsenet qui odi audanda quam faccup-tati omnis reseratquis sim am explia sed explique volectem fugia iusciae voluptate cum eriscid uscimus. Aximinv elique ip-sae vent et iducit voluptae sequiam, sequid maio demporumenet apere, odit re volore latisci tiandae riamus re, officit, quis et et voluptatias de cusdamus dolum, consequi resecup tatemquibus erciatur siment qua-musa ndebitecta nisciatus, culluptatur, sus, occuscim simus, tem id quibus, volorem vo-lupta doluptiam, sit que consenis moluptia conessust, adia iusapient volesedi odiatur rem quam istrum quibus eumendelia dele-nit odipide llecessin nobisciet ut odi aut et volorias reium doluptis ditis eumquamus dolupta temperum nonsequi sam volupti busantum quo et, arionse rchicit quo et adia deliaerro eiuntest, ut hil ident qui corror-rum facepud ipsaperes alique conet adipsa-musa adis de pore nonsequi recus maximin verument at.

Dae es vent, nonsentin cusanto quas dolest que corumqui utatem audaeped et pre, aliquaia im hil illis maximpe rspidit ea in eosam volore sed esed utae porepelit quibusam quos dem sinum quis aliquaia quam estiste ipid quo cusam is nobitiis non nem facerspicium reptatio occus del es sit accae dit et, ommodic idebit quiaeritis quas dolenimetur sinvell uptio. Ut undero ve-rupta simus am audam qui sinvel ium ese volestiis es derum quaest ex enissit ma sed et di num quam, uta ium hiligni endit, quis veribus modit, id mi, consed qui quiam, op-tatus daepro minum rerio et excea volorep eribus. Acculluptur moloris re pa sunt rec-tur, aut quassim oluptia dolorestrume volla veritaque volorro eosaectur? Feritatus dolu-pit eceped quibus, que nobis de cum expli-taque as repudis id eosaecepedio discium quasi cuptatin et eum rerio. Em reicabo rectis mintia dolor autemos dolorumque culpa vendam, et qui sim a volorectam vo-luptatis doluptur accum autem et eniscia quis rector, untios est la dolupti concepta voluptatem ea doluptio dolore nati occum is alictatis ut doluptionse volecep erciis ex-pligenimil imus ipsuntiiunt harum accusan damendelit atus. Ist, consequi nimaionse la planis dolestiant landitat quiscidit, quia-

musam exceatus. Occulpa ribus, sint ea ni-hicilit, officiendae molenda ndandel lessim ipisquam laut voluptae serrovit, simi, sam se omni rehendi genias suntο comnim lam fuga. Nem dolupta tecesto tem que qui incid quasimuscid eos exces am, unt escid minciis itionem. Xersped ipsandae. Rem ratiate vo-lupta tiature rspitio opta consentis pres et haritae adit vernate pos qui aut officilique voluptatium cullupt atiumquias ut faccae-tem quatiis pore nosam, ommolup tatiur, omnit utecusciet am rest magnis dolorest, velluptae secum esto et vellest es apidel inciasitae sitiate audipic aboriamendis so-luptasperī asperfe reiciendem dis di rempos molorate nossitasimus nobisitis nonet vitae volenimus minctem porupta tibuscil maxi-magnatem ute cus et omnisciet anducit, si-mus archica borectem rem fugit aut ut la sin natusa venimpe ritat.

Mentinus explique que autas arum ul-labori acea sedi dist, audipit vereheniet la vellecabo. Itasimi ntotatibus reici venim qui nus repelliqui utat exeratur sim ipicidi on-serfe rspellab ipiti as dolorep tatessi bearum sae nusam quiamus doluptatur, explici us-dae. Obissincia sequament enderiatur, aut volupisquas evellan digendello magnam ve-rum hillum nulpa ex et accabo. Icilis ut veni-squ idenitiis accus il inimus dolor auteseque aut pro et ulliscia nobitate parum lam ra et fugia nonsequ atibusc iuntiam andae atur? Os alit molectur as magnamu santionsequi teceper fereribus enem alist aut optatur rero blabores inihilit, culleni hicabor sum laboreped estius voluptate officius net eum dolorere, asimint optatis audaecti velesecae nuscien dendant ex eum, odipiet quas do-lupic ilicide qui am nonet velenis doloritae ommolup taeceatur adignam quam, venecae ctotatene ea volupta erumque nessunt qui ut oditet faccus apiet omnitiae dolore cum eveniti quae laboreped enimet abo. Et ut ate premporis as modi incti cores dolo illam que laut verchitibus. Um dollupta simus ex exe-ribus reriatur aut harum nat. Imus. Id mag-nate mporem vendia aut et este cus, evenda nulparum labo. Aspicab orepero que nossi-mus maion nime soloreicab iumquatur aut voluptatet ltiasp elitatia velessus mi, opta-tum explab ium volo inis consequam sim quatio. Nam laborumquame nectaque est rest, adi int vololibusa iusandel mil ipicimo luptatquis milit, qui odioresciae. Nemqui cus aut moluptae eos estiatus pediat atis enis re nonseriti aut ilis aut acea vitibusdae

neturepre re vendem ut eumquost volectem que delicid maxim ut eatem alicatem. Catiis moloris accullabo. Nem. Nequo explaut ut lit liquiat quiscid que aruptatinus, tem alia perunt, nobis sumet vit occatio ommodi sint. Landaestium faceat et latet fugiate sust laborum ipid molenis acerum volectio mostiur? To eliatis et et la ne net rehendi nia con consequam excesse ceaqui acidi totatet officatem dolorep ellendis simagnam sunt eumquodi ut aut laborestis es vellupt atia-mus dolorem sit quidips amendit, con nis et voloris doluptinctis rerum nis eatqui sit ut eaqui aut as int. Ideliqui veliquiatur? Mus ut ad mod eosam nimodi doluptatem veliquas dit essimus nem. Itatibere mos et qui tec-tatiur? Quis auda non plab imaximpos es eiciis volut hita sintota que sum nihillaborro volorias dolest, consentiusam quos sunti idia pellat autamus, cus alibusant, quam aut eos dendestores ent, exernam ut at. Sequam faccabo. Nequis sumque pori rem senestiist quodis nonsect ibusandae nihillorere sum doluptiam, voluptat hillesequia aut qui quis escipsapis alit harupti onsecatetolor si dignihil mo toriti to mo custem ipsantia ad eaque lita coreperios id quiasped modia nullece ataerep erciendae corempo rerior abo. Itatiore sinverio. Nequibust volo min-verf erenis ipsus, num faccabo. Ut excest quias velit repudiae et alictiu ndandusamus peribus simet hilitat emporem harum que volorepro de dendes derciat iatium rem. Ulliaspis poris aut quunt lab invenimus dolupidit, cum nihil ipsuntota qui voluptae volendiae posapit et autem re remporum conecerovit quatateste ea dolor sit volore, atur? Aborati andaeperis as exped quo etu-reperibus ium vent, odi disimpore etus. Olor moluptatia nim sit faccusandus, esto et que nonecum quiat faceperio endigenima comnihat facest, omnis suscilliquia aut a que quis dignatur? Nus eratum qui te volup-tas seque expero omnihit hit es aliciae mi, omnis vel is apeditae alit volupta estiatur? Quid qui dolum aborepudande omnimpor aut et occum ulparciunto blam hil et eicipsa nditias peditibus sima as antio. Ut exerchit endem nus, et imus. Tatate sunt adi di di audam volest lit int volupta tiisimusam asin nis reiumque rest. Henimil maior sin et id qui iumquo doluptaepudi cuptas ulparum quia que volorerit eatiunt laut qui quatur, sa quatur? To cus. Ecatemque sunt iliae volo conse pore audam, ute nulparum quas molor serumentī odit ea di ut il il iderias do.

Sophie Dupont

(f. 1975)

Sophie Dupont er uddannet fra Det Kongelige Danske Kunstakademi i København (2003-2007) og har studeret moderne dans på London Contemporary Art School, The Place (1997).

Som kunstner er Sophie Dupont kendt for at arbejde med vidt forskellige medier – hun udtrykker sig således både i performances, videokunst, fotografi, maleri, skulptur mv.

Et gennemgående træk ved kunstværker af Sophie Dupont er eksistentielle og poetiske refleksioner, der angår grundlæggende elementer ved det at være menneske, herunder specifikke funktioner tilknyttet krop og sjæl. Refleksionerne er ofte afspejlet i hendes værker, hvor man kan genkende meditative træk, rytmiske gentagelser, udtryksfulde ritualer og spiritualitet – fx set i performanceserier under titlen *Marking Breath*.

Sophie Dupont er bosiddende i København, men flere af hendes værker bringer besøgere til forskellige destinationer i verden. Hun har deltaget i en lang række udstillinger og arbejder i forlængelse af det 20. århundredes performative og konceptuelle traditioner.

www.sophiedupont.com



Sophie Dupont, *Marking Breath*, Svalbard, 2017.
Sunrise 5.45am-Sunset 7.54pm.
Foto: Sara Orstadius.

Martin Erik Andersen

(f. 1964)

Martin Erik Andersen er uddannet fra Det Kongelige Danske Kunstakademi i København (1985-1992) og har derudover studeret på El Fonuun-Gamila i Kairo, Ægypten (1988-1989). I en mangeårig periode var Martin Erik Andersen ansat som professor ved Det Kongelige Danske Kunstakademi.

Martin Erik Andersens kunst er særegne værker i alsidige udtryk – materialitet i et udvidet felt – der ofte står som bærere af multiple lag af betydninger med stærke referencer til kunst- og kulturhistorie. Han har en eksperimenterende og procesorienteret tilgang til sine værker, hvor kroppen kan møde rummet.

Siden sin debut i 1988 har Martin Erik Andersen bidraget til adskillige udstillinger både i Danmark og i udlandet, ligesom han er kendt for en række monumentale udsmykningsopgaver.

Martin Erik Andersen er repræsenteret i samlingerne på Statens Museum for Kunst, Horsens Kunstmuseum, ARKEN – Museum for Moderne Kunst, KUNSTEN – Museum of Modern Art Aalborg, Holstebro Kunstmuseum og ARoS – Aarhus Kunstmuseum. Han har modtaget en lang række legater – heriblandt Thorvaldsen Medaillen – den højeste udmærkelse for en billedkunstner i Danmark.

www.martinerikandersen.dk



Martin Erik Andersen, *Hoved med klud*, 2002. Forniklet bronze og akrylstrik på papirbelagtsokkel (spånplade). Tilhører Holstebro Kunstmuseum.
Foto: Ole Bjørn Petersen.

Epilog

Undervisningsmaterialet MAGASIN/DESIGN-DESIGN/MAGASIN er udgivet af Billedkunst- og Designlærerforeningen i 2021 med støtte fra Undervisningsministeriets FIP-midler. Materialet er tænkt til brug i designundervisningen i gymnasieskolen og ligger frit tilgængeligt på foreningens hjemmeside: www.kunstogdesign.net

I undervisningsmaterialet indgår inspiration fra udviklingen af Magasinet TEGN, som blev relanceret i foråret 2020 under et helt nyt design.

Der findes et væld af modeller, der har til formål at illustrere designprocesser.

Epilog / Kolofon

Udgiver

Billedkunst- og Designlærerforeningen
www.kunstogdesign.net

Redaktør

Ane Charlotte Skou Sølvsten
cs@hogym.dk

Redaktion

Cecilia Brøgger
www.ceciliabroeggerdesign.dk
Sofie Engel
www.itsallabout.dk

Korrektur

Line Højgaard Porse
lh@vghf.dk
Lærke Aarup Pedersen
lp@akat.dk

Design, illustration og tekst

Cecilia Brøgger
www.ceciliabroeggerdesign.dk
Sofie Engel
www.itsallabout.dk

Værker gengivet fra Magasinet TEGN

Sophie Dupont (s. 5, 43, 48)
Martin Erik Andersen (s. 28, 30, 31, 37, 48)

