



Examensrapport

Re-Design av DagensETC

Pär Rahmqvist

*Examensprojekt 15hp, Konstnärligt kandidatprogram i design 180hp
gusrahpa@student.gu.se (per.rahmqvist@posthem.se)*

GÖTEBORG, DESIGN KANDIDAT ÅK 3, VÅRTERMINEN 2008
HDK - HÖGSKOLAN FÖR DESIGN & KONSTHANTVERK

Förord

Ibland spelar tiden än ett spratt, det som från början syntes som mycket lång tid blev till slut bara ett ögonblick. I slutet av höstterminen visste jag inte ens ämne. Jag hade, i ärlighetens namn, inte ens vigt någon större tid att tänka på det alls. Det var som ett stort fluffigt moln, något som "jag tar sen" och "det är gott om tid". Trodde jag ja.

Men som alltid ordnade det sig till sist, mycket på bekostnad av för lite sömn och uteblivet umgänge med vänner och familj. Men det är främst de sistnämnda som jag särskilt vill tacka här, familjen. Linda, Nova och Wilma. Linda för att du varit tålmodig och tagit hand om barnen, gått på långa (kanske lite för långa) promenader bara för att jag skulle få jobba ostört. Wilma och Nova för att ni, på ert egna lilla vis, försökte undvika att äta upp och förstöra allt material som jag haft utspritt i lägenheten.

Jag vill också passa på att tacka tidningen ETC för att ni ställde upp med underlag men framför allt tid för intervjuer och svar på mina frågor.

Gullholmen, mars 2008

Abstract

The project is about making a Re-Design of the Swedish Socialistic Newspaper “*Dagens ETC*”. The background to the project is my search for commitment when I work with a specific customer or project and how important that commitment are?

The project was from the beginning split up to three different phases. The meaning of the first phase where to make a re-design mainly based on a interview with *Johan Ehernberg*, the chef editor on ETC.

The second phase was a design totally made of my own idea and creative view as a Graphic Designer.

I had in mind to make the third phase based on the result of the first two phases.

During phase one and two I reconsidered and decided to skip the third step and put more effort in to the two first ones. I wanted them to be well thought out and make sure that the final result was made with time and motivation. Both for myself but also for ETC as a customer.

Keywords

Re-Design, Newspaper, Graphic Design, Work Method

Innehållsförteckning

1. Inledning	5
1.1 Bakgrund	5
1.1.1 Tidigare projekt	
1.2 Mål	5
1.3 Syfte	5
1.3.1 Personligt syfte	
1.4 Frågeställningar	6
1.4.1 Primära frågeställningar	
1.4.2 Sekundär frågeställning	
1.5 Avgränsningar	6
1.6 Handledning	6
1.6.1 Externt	
1.7 Organisation av projektet	6
2. Genomförande	7
2.1 Analys	7
2.1.1 Samtal med Johan Ehrenberg	
2.1.2 Disposition av innehåll	
2.1.3 Flöde och rytm	
2.1.4 Omvärldsanalys	
2.2 Kreativ Fas 1	10
2.2.1 Kreativplattform	
2.2.2 Logotyp	
2.2.3 Teckensnitt	
2.2.4 Former	
2.2.5 Helhet	
2.3 Kreativ Fas 2	15
2.3.1 Kreativplattform	
2.3.2 Koncept	
2.3.3 Logotyp	
2.3.4 Färger	
2.3.5 Helhet	
3. Resultat och slutsatser	19
3.1 Beskrivning av resultatet	19
3.2 Reflektion kring resultatet	19
3.2.1 Reflektion kring ett framtida slutresultat – Fas 3	
3.3 Reflektion kring arbetsprocessen	20
3.3.1 Metod	
3.3.2 Avgränsningar	
3.4 Reflektion i större samhälleligt sammanhang	20
4. Slutnoter	21
5. Källförteckning/Inspiration	22
Appendix	23

1. Inledning

1.1 Bakgrund

Ända sen jag började prenumerera på Dagens ETC har jag tänkt på – form kontra innehåll – och nödvändigheten av dessa två faktorer. Det är synd att så många bra idéer och åsikter försvinner för att formen de befinner sig i inte riktigt kan bära upp budskapet på ett tillfredställande sätt.

Tanken på att göra om tidningen, bara för egen del, hade slagit mig många gånger. Testa för att se om det går att göra bättre. Så nu äntligen fick jag chansen att pröva mina idéer. Se om det där med mindre paginering kunde hjälpa.

Men det finns också en annan bakgrund, en mer filosofisk. Hur förhåller jag mig till min egen moraliska värdegrund när jag arbetar professionellt? Vilken vikt bör jag lägga vid den när jag söker jobb eller när jag arbetar mot framtida kunder/uppdragsgivare?

1.1.1 Tidigare projekt

Nu när jag i efterhand reflekterar över hur mitt projekt växte fram förstår jag att den del började ta form redan när jag skrev min uppsats i *Designhistoria – Affischen som budbärare*. Här gjorde jag en fördjupning i den svenska affischens historia. Speciellt fick Lars Nittves¹, kanske något gamla, bok om den Svenska valaffischen mig att tänka till extra. Hur politiken fungerat/fungerar som engagerande motor till formgivningen, och vikten av detta.

Under kursen "Produktion och marknad" som vi hade höstterminen 2008 började min tanke växa än starkare för att bygga mitt examensprojekt runt tidnings- eller magasinetsdesign. Under kursen hade vi ett samarbete med tidskriften *Ord & Bild*. Till uppgifterna hörde att vi dels skulle göra ett omslag men också en re-design av layouten.

Det var under det sistnämnda momentet som jag hittade ingångar som jag tyckte var intressanta. Komplexiteten. Hur löser man så att alla delar – annonser, små & stora artiklar, vinjett, pagina och så vidare – samsas i samma form, vikten av olika nivåer i informationen.

Under vår essäkurs valde jag att skriva om teckensnittet Helvetica. Bakgrunden till ämnesvalet är min fascination för objekt som vid första anblicken inte syns men ändå verkar. I denna kontext är Helvetica typografins *Sancho Panza*², den dolda bäraren av budskapet. Engagemanget i teckensnittet finns där men märks inte för än man noggrannare analyserar det i relation till omvärlden. Teckensnittet verkar omedvetet engagerat inför uppgiften att förmedla sitt budskap.

1.2 Mål

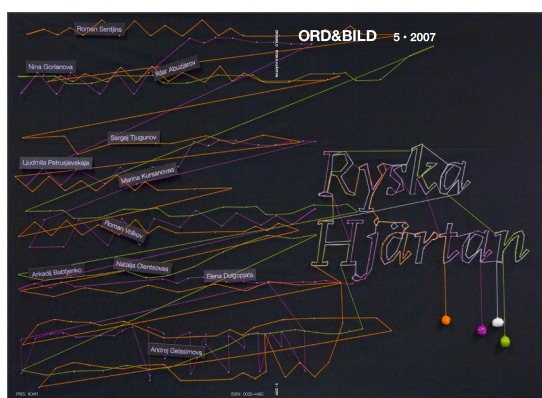
Mitt mål var att jag skulle göra en re-design av tidningen Dagens ETC³ nuvarande form. Projektet gick ut på att jag skulle arbeta med två parallella utformningar av tidskriften för att hitta en metod att kunna nå fram till ett så optimalt slutresultat som möjligt.

Den första skulle ha utgångspunkten i en analys utifrån tidningens anställda och dess läsaes synpunkter och den andra i min egen lust att skapa helt oberoende av analys. I det slutgiltiga förslaget skulle jag sedan plocka in nödvändiga element från respektive form för att säkerställa ett så kvalitativt förslag som möjligt. Låta dem färgas av varandra.

1.3 Syfte

Syftet var att försöka undersöka nödvändigheten av engagemang i det man skapar inom grafisk design/formgivning. Är jag tvungen att ha ett engagemang med min uppdragsgivare eller räcker det med att jag analyserar och blir insatt i organisationen/varumärket?

Det tredje syftet var att skapa en smart, snygg och en för ändamålet funktionell tidning.



1.3.1 Personligt syfte

Jag ville med min egen lust, vilja och ambition som utgångspunkt försöka utveckla mitt formspråk som grafisk formgivare.

1.4 Frågeställningar

1.4.1 Primära frågeställningar

Vilka är ETC idag och vilka vill de vara imorgon?

Hur viktig är ETC:s form för att få fram tidningens politiska budskap?

1.4.1 Sekundär frågeställning

Spelar det någon roll om jag har ett förankrat engagemang i den verksamhet som jag formger åt?

1.5 Avgränsningar

Från början var tanken att jag inte skulle lägga allt för stor vikt vid analysfasen och avgränsa denna till drygt en vecka. Detta var dock något som jag under arbetets gång insåg att jag fick svårt att hålla mig till. Dels eftersom jag inte arbetat med formgivning av dagstidning innan men även för att jag ansåg att en mer grundlig analys skulle göra att ett större förtroende för formen skulle etableras mot slutet. Därför utökades denna avgränsning till att innefatta cirka två veckor. Samt att fokuset som från början skulle ligga på den kreativa formgivningsfasen inte fick lika mycket utrymme som från början var tänkt. Jag vill dock påpeka att utrymmet var mer av ett schema- och tidsmässig natur än att jag ville flytta fokuset i projektet.

Jag har inte lagt någon tid på materialfrågor, det vill säga papperskvalitet eller format utan valt förhålla mig till de nuvarande förutsättningarna. Eftersom Dagens ETC är en hårt mallad veckotidning var jag tvungen att ta hänsyn till att det uppstod vissa begränsningar i formen.

Tanken var att begränsa mig till att endast formge en del av tidningen, framsidan, första samt ytterligare två uppslag. Detta, trodde jag, skulle sammanfatta och ge en bra och nyanserad bild av tidningens olika delar.

1.6Handledning

Handledningen har gjorts i samarbete med *Camilla Iliefski* som är lärare i grafisk design på HDK. Vi har bland annat diskuterat vikten att noga arbeta igenom varje moment istället för att lösa det huvudsakliga målet med projektet.

1.6.1 Externt

ETC:s roll under projektet har varit jag har intervjuat deras ansvariga utgivare, *Johan Ehrenberg*, samt haft viss kontakt med deras redaktör *Andreas Gustavsson*.

1.7 Organisation av projektet

Under hela projektets gång har jag kontinuerligt jobbat med en processpärm. Eftersom en majoritet av arbetet skett på datorn har jag kontinuerligt skrivit ut det jag jobbat med för stunden. Organiserat detta under passande kategorier och satt in dessa i pärmen. I pärmen finns också ark med skisser, tankar och andra anteckningar.

”ETC har väckt uppmärksamhet genom provocerande journalistiska grepp, bl.a. satiriska imitationer av ledande dagstidningar, och en avancerad layout, skapad främst av chefredaktören Johan Ehrenberg”⁴

2. Genomförande

2.1 Analys

Under analysfasen valde jag att gå till väga något otraditionellt gentemot en traditionell varumärkesanalys. Jag delade upp analysen i fyra olika delar:

- Samtal med Johan Ehrenberg,
- dispositionen av innehållet i tidningen,
- flödet och rytmen i tidningen
- samt en enklare omvärldsanalys.

Samtalet med *Johan Ehrenberg* fick, efter det att jag sammanfattat och analyserat det, ligga till grund och fungera som brief under den återstående tiden av projektet.

2.1.1 Samtal med Johan Ehrenberg

Samtalet, som till stor del ligger till grund för hela analysen, finns som helhet bifogat som bilaga⁵ till rapporten.

2.1.1.1 Sammanfattning

Namn på nuvarande tidningar Dagens ETC och ETC.nu

Upplaga 4 300 (Dagens ETC) och runt 4 000 för ETC.nu

Primär målgrupp Målgruppen är politiskt intresserade män och kvinnor, alltså människor som har tankar kring och vill lära sig mer om ekonomi, miljö, feminism m.m. i åldern 18<.

Nuvarande läsargrupp Senaste åren har ETC förnygrat sin läsekrets och hittat nya läsare som är mellan 18–25 år. Men i övrigt har tidningen god åldersspridning. Könsuppdelningen är 50/50, och ungefär tre fjärdedelar av prenumeranterna finns i storstadsområdena. Det finns både låg- som högavlönade och fattiga till rika.

Mål ”Att förändra världen”

Konkurrenter Inga direkta (dagstidningar med en upplaga under 30 000 saknar nästan alltid konkurrens i Sverige)

Systertidningar Ordfront och Arena (Sverige) Morgenbladet och Klassekampen (Norge) Information (Danmark) Liberation och Le monde diplomatique (Frankrike) The Guardian (England)

Annonser Sällan externa annonser, men ofta interna d.v.s. om de andra delarna inom ETC.

Teckensnitt Times Ten och Franklin Gothic

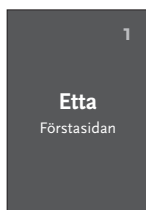
Format 272 x 393 mm (Tabloid)

Grafisk manual Nej (Endast att logotypen är trademark)

2.1.1.2 Slutsats

Slutsatsen av mötet med *Johan Ehrenberg* och ETC:s redaktion var att det kändes som om hela ETC visste exakt vad, hur, varför de producerade tidningarna. Målet och engagemanget för de sakfrågor som ETC står för lyste starkt med sin närvaro.

Jag har ibland själv varit i en position där jag verkligen trott på något jag skapat så starkt att jag efteråt märkt att jag varit hemmablind och partisk, nästan som jag slutat kritiskt granska mina egna saker. Vad är bra och vad är dåligt? Men just denna, lite aviga, självbild verkar ETC delvis sakna. De har lätt för att ge sig själv kritik – se rätt och fel, brister och tillgångar – om än dock på ett något självbelåtet sätt. Vilket jag tror är bra. För har de blotat sina svagheter för både sig själva och andra tror jag att de har lättare att förändra sig.



- Nr#, Pris, Datum, web
- Grid (text, bild)
- Färgplattor
- Caps
- Sidhänvisning
- BILDER**
- En dragarbild
- Till vissa puffar
- Logotyp (sidhuvud)
- PUFFAR**
- En överst på sidan samt vid sidan av »Topp«
- TEXT**
- Rubriker**
- Rubrik
- Underrubrik
- Ingress
- Brödtext**
- Normaltext

Redan innan jag gjorde mitt besök i Stockholm hade jag ganska klart för mig vad deras stora brist men också tillgång var – kontrasten. Detta bekräftades också av Johan under vårt samtal – hur dem medvetet arbetar för att skapa kontraster mellan bild och text. Vilket är bra, om det görs på rätt sätt. Den nuvarande formen⁶ ligger både logotyp, rubriker, brödtext, puffar och bilder på samma nivå. Det blir rätt lätt en jämn yta utan nivåskillnader. Där måste läggas arbete för att skapa större dynamik.

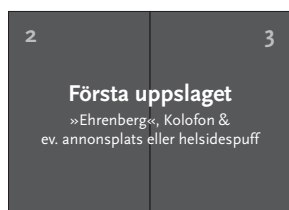
Även inom detaljarbetet, vilket även Johan anmärkte på, måste läggas större omsorg. Typografi, puffar, illustrationer osv. Noggrannheten tillhör också en del av detaljarbetet och för att detta skall vara möjligt behöver InDesignmallen gås igenom för att säkerställa att onödigt slarv inte uppstår.

2.1.2 Disposition av innehåll

I denna del valde jag att analysera var och hur dispositionen av innehållet på de olika sidorna/uppslagen finns och hur det ser ut.

2.1.2.1 Slutsats

Dagens ETC innehåller till stora delar liknade information mellan de olika sidorna. Där emot finns en del onödiga formateringar av texten vilken måste göras tydligare vad som är vad.



- Pagina, nr#, web, namn
- Viljett (Ledare, Debatt etc.)
- Grid (text, bild)
- Färgplattor (faktarutor)
- Caps, Bold
- Caps, Regular
- Bildtext
- Kolofon**
- Normaltext
- Caps, Bold
- BILDER**
- Bildbyline
- Komplementbild, faksimil
- Hellsidessatsyta på sida tre
- TEXT**
- Rubriker**
- Rubrik
- Underrubrik
- Ingress
- Brödtext**
- Normaltext



- Pagina, nr#, web, namn
- Viljett (Ledare, Debatt etc.)
- Grid (text, bild)
- Färgplattor (faktarutor)
- Normaltext
- Caps, Bold
- Caps, Regular
- Bildtext
- Byline
- Brödtext**
- Normaltext
- Caps, Bold
- Bildbyline
- Komplementbild
- Hellsidessatsyta på sida fem
- TEXT**
- Rubriker**
- Rubrik
- Underrubrik
- Ingress
- BILDER**
- Dragarbild
- Komplementbilder



- Pagina, nr#, web, namn
- Viljett (Ledare, Debatt etc.)
- Grid (text, bild)
- Färgplattor (faktarutor)
- Normaltext
- Normaltext, Bold
- Bildtext
- Byline
- Citat
- Brödtext**
- Normaltext
- Normaltext, Bold
- Bildtext
- Byline
- Citat
- TEXT**
- Rubriker**
- Rubrik
- Underrubrik
- Ingress
- BILDER**
- Dragarbild
- Komplementbilder



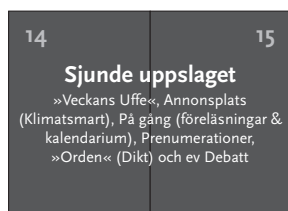
- Pagina, nr#, web, namn
- Viljett (Ledare, Debatt etc.)
- Grid (text, bild)
- Färgplattor (faktarutor)
- Normaltext
- Bildtext
- Byline
- Citat
- Brödtext**
- Normaltext
- Bildtext
- Byline
- Citat
- TEXT**
- Rubriker**
- Rubrik
- Underrubrik
- Ingress
- BILDER**
- Dragarbild
- Komplementbilder



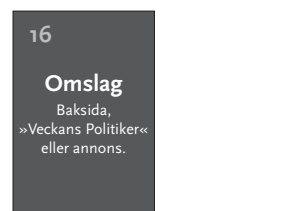
- Pagina, nr#, web, namn
- Viljett (Ledare, Debatt etc.)
- Grid (text, bild)
- Färgplattor (faktarutor)
- Normaltext
- Normaltext, Italic
- Bildtext
- Byline
- Citat
- Brödtext**
- Normaltext
- Normaltext, Italic
- Bildtext
- Byline
- Citat
- TEXT**
- Rubriker**
- Rubrik
- Underrubrik
- Ingress
- BILDER**
- Dragarbild
- Komplementbilder



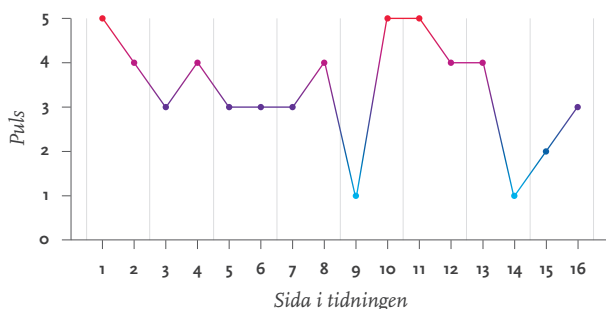
- Pagina, nr#, web, namn
- Viljett (Ledare, Debatt etc.)
- Grid (text, bild)
- Färgplattor (faktarutor)
- Normaltext
- Normaltext, Italic
- Bildtext
- Byline
- Citat
- Brödtext**
- Normaltext
- Normaltext, Italic
- Bildtext
- Byline
- Citat
- TEXT**
- Rubriker**
- Rubrik
- Underrubrik
- Ingress
- BILDER**
- Dragarbild
- Komplementbilder



- Pagina, nr#, web, namn
- Viljett (Ledare, Debatt etc.)
- Grid (text, bild)
- Färgplattor (faktarutor)
- Normaltext
- Normaltext, Italic
- Bildtext
- Byline
- Citat
- Brödtext**
- Normaltext
- Normaltext, Italic
- Bildtext
- Byline
- Citat
- TEXT**
- Rubriker**
- Rubrik
- Underrubrik
- Ingress
- BILDER**
- Dragarbild
- Komplementbilder



- Viljett (Ledare, Debatt etc.)
- Grid (text, bild)
- BILDER**
- Dragarbild
- TEXT**
- Rubriker**
- Underrubrik
- Brödtext**
- Normaltext
- (Franklin Gothic)
- Byline



2.1.3 Flöde och rytm

Diagrammen och bilderna är till för att försöka beskriva hur flödet och pulsen⁷ är och verkar i den nuvarande tidningen, om det finns någonstans där man uppfattar att det stannar upp eller accelererar i större eller mindre omfattning. Accelerationen och retardationen måste växelverka.

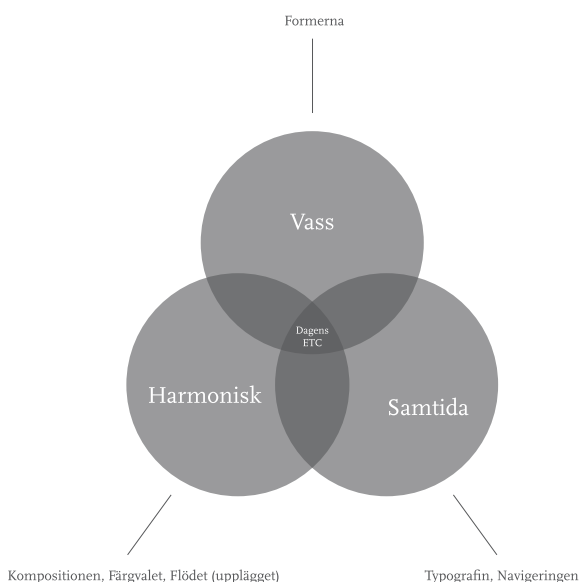
Är det för stor acceleration genom tidningen, det vill säga för mycket innehåll (både små och stora artiklar), får det förmodade resultatet att man som läsare inte hinner stanna upp och reflektera. Ta en paus.

Är där emot retardationen för stor blir förmodligen resultatet att läsaren får för mycket tid till paus, vilket gör att han/hon tar längre tid på sig att läsa. Vilket i sig kanske inte är negativt, men nu är Dagens ETC en dagstidning och då måste flödet vara aktivt för att man skall kunna tillgodose sig så mycket information som möjligt under en kortare tidsrymd.

2.1.3.1 Slutsats

Flödet och pulsen var relativt god i Dagens ETC⁸. Däremot förekommer oroväckande nog vissa, lite för stora, dippar på under två av uppslagen. Det är i mitten- och det sista uppslaget. Det är också här som jag är tvungen att lägga in lite mer arbete för att få i gång tidningen ytterligare. Kanske genom fler artiklar eller bilder för att upprätthållandet av intressenivån skall för bli hög ända till sista sidan.





2.1.4 Omvärldsanalys

Omvärldsanalysen gick ut på att jag gick igenom alla dagstidningar som jag kunde hitta på biblioteket, både från Sverige men också från resten av världen. Läste, tittade på bilder, detaljer, försökte hitta uppslag som jag fann relevanta för mitt fortsatta arbete. Jag fotograferade dessa och lade ihop dem till ett kollage.

2.1.4.1 Slutsats

Omvärldsanalysen⁹ var en av de delar, som jag från början inte tänkt viga någon vidare tid åt, men efter att jag avslutat de andra momenten i analysen kände jag att den var tvungen att finnas med. Dels för att analysen ger ett vidare perspektiv men också en större tyngd.

2.2 Kreativ Fas 1

Jag har plockat ut det som jag ansett vara de mest avgörande momenten under Fas 1. Till varje moment finns också en slutsats. Avslutningsvis har jag också sammanfattat processen bakom helheten av de olika momenten.

2.2.1 Kreativplattform

Som grund i den kreativplattformen för Fas 1 skapade jag en känslopalett och till denna kompletterande ledord som säkrande funktion i det fortsatta arbetet.

Känslopalletten¹⁰ skall ge en känsla av större lekfullhet men samtidigt vara starkt knuten till det informativa. Hur vi kommunicerar, vägleder och hittar det vi söker. Men vid sidan av det ordnade finns något skevt, något som frångår mönstret och sticker ut.

När det kommer till ledorden valde jag att jobba med samma ord i båda de kreativa faserna, men valde att definiera betydelsen av dem olika. Detta för att jag tyckte att det kunde tillföra en intressant dimension i det fortsatta arbetet. Ledorden är: Vass (Formerna), Harmonisk (Kompositionen, färgvalet och flödet), Samtida (Typografin, Navigeringen).

2.2.2 Logotyp

Från början hade jag tänkt att jag ville lägga ner stor omsorg vid att försöka justera och modernisera Dagens ETC:s nuvarande logotyp¹¹. Att den på ett tydligare sätt skulle särskilja sig från den övriga typografin i tidningen och på så sätt få större tyngd och unicitet som logotyp.

Från början trodde jag att det inte var så stora förändringar som var tvungna att vidtas för att det förväntade resultatet skulle uppnås. Jag började att med att justera svarta och röda utrymmet runt bokstäverna för att på så sätt hitta en ram för vilken jag kunde fortsätta justeringen inom. Men ju mer jag försökte justera bokstavsformerna desto mer tenderade dem att återgå till sin nuvarande form och tillsist började det bli omotiverat att fortsätta. Slutligen beslutade jag mig för att behålla den nuvarande sättningen av logotypen men med tilläget av justeringen av det svarta och röda utrymmet.

2.2.2.1 Slutsats

Den kontrast jag från början ville uppnå i tidningen fick jag i stället söka genom att ändra på de övriga teckensnitten.

2.2.3 Teckensnitt

Eftersom jag hade bestämt mig för att låta logotypen vara kvar i dess nuvarande form var jag tvungen att leta upp teckensnitt som kunde ge den önskade kontrastverkan som jag var ute efter. Men för den skull inte bli ett för radikalt steg från dess ETC:s befintliga.

Jag började därför gå igenom det material som jag under min omvärldsanalys hade fotograferat av, för att se om det var någon annan dagstidning som använde sig av just det jag sökte efter. Jag hittade ett uppslag



Utsnitt från "TCO-tidningen" t.v. och från "The Observer" t.h.

från fackföreningen TCO:s medlemstidning *TCO-Tidningen* samt ett från engelska *The Observer*. Vilka jag tyckte tillsammans stilmässigt uppfyllde det jag var ute efter.

Efter viss efterforskning kom jag fram till att uppslaget från *TCO-Tidningen* var satt i *Avenir* i Ingressen samt i en version av *Garamond* – *Simoncini Garamond* – som rubrik och brödtext. Jag tyckte att detta skapade en fin kontrast mellan det något mer vassa skärningen av *Simoncini Garamond* tillsammans med *Avenir*s moderna, luftiga och omfamnande känsla.

I uppslaget från *The Observer* fann jag till sist att det teckensnitt jag letade efter för att använda till rubrikerna var en specialsärning av *Egyptian* kallad

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö
0123456789

PLAK Black

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö
0123456789

PLAK BlackCondensed

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö
0123456789

Avenir 35 Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö
0123456789

Centaur Regular

Guardian Sans gjord av den grafiska designern *Paul Barnes*¹² tillsammans med *Christian Schwartz*. Eftersom denna specialsärning endast finns i *The Observer/The Guardian* och var så pass karaktäristisk och starkt knuten till kontexten gjorde att jag var tvungen att leta vidare efter ett teckensnitt som hade samma kvaliteter som *Guardian Sans*.

Valet föll till sist på sans serifen *Plak*¹³ som är ritat av *Futura*:s skapare *Paul Renner*. Ett typsnitt som han ritade efter 1930, två år efter det att han ritade *Futura*. Man kan tydligt se spår av *Futura* i *Plak*, men det som skiljer dem åt är dels *Plak*:s unika tyngd men också att vissa bokstäver är ogeome-

triska. Vilket jag tyckte efter många tester väl harmoniserade med *Avenir*. Däremot kände jag att *Simoncini Garamond* dels inte fanns i det antal vikter som jag ville ha men också att jag kände mig ovan vid sättningen.

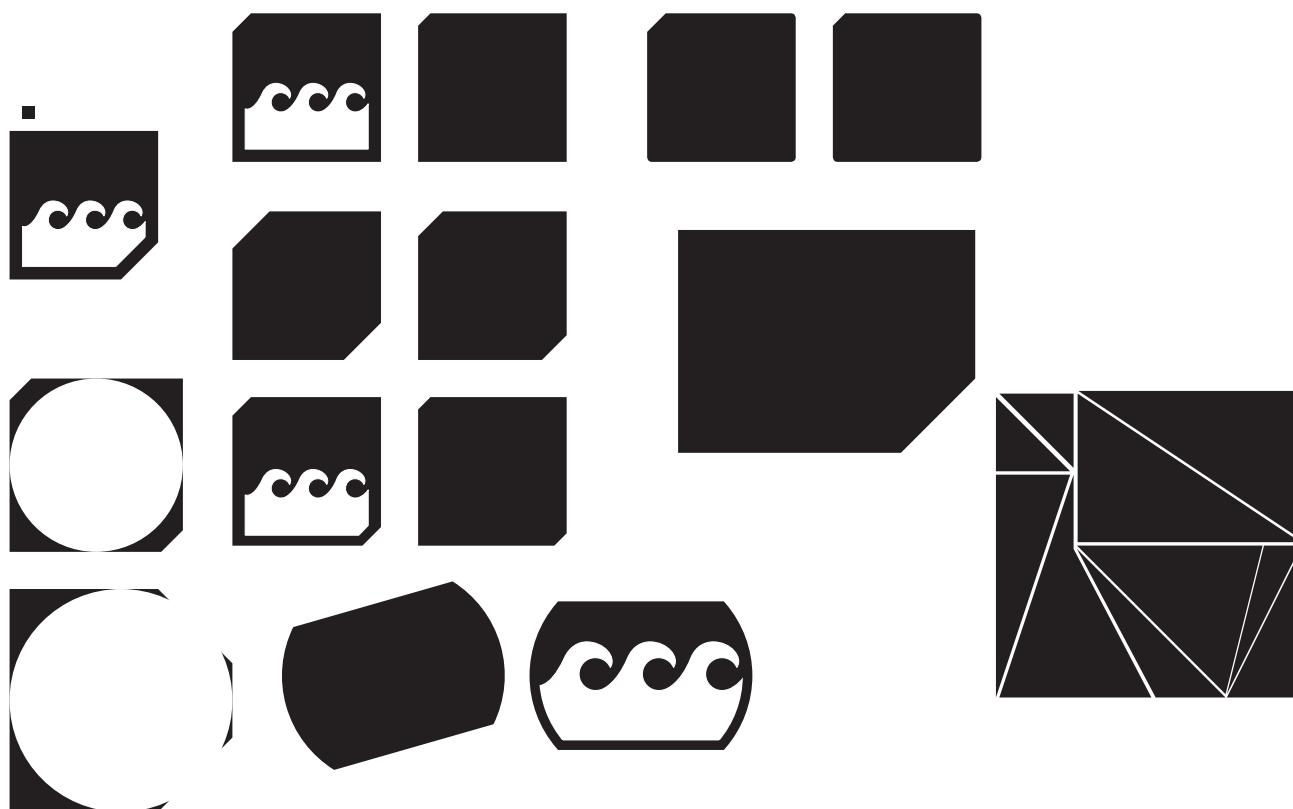
Jag valde därför att jobba med *Centaur* vilken hade dessa egenskaper. Det enda negativa med *Centaur* är att dess upp och ner staplar är något höga vilket kan få till följd att texten kan upplevas något stolpig, speciellt eftersom det svenska språket just innehåller mycket av dessa. Men jag tyckte ändå under de tester jag gjorde att *Centaur* kompletterade detta genom sin litterära och seriösa tyngd gentemot *Plak:s* och *Avenir:s* unga och uppkäftiga attityd, vilket skapade den samtida känsla jag var ute efter.

2.2.3.1 Slutsats

Valet av teckensitt kändes så pass intressant att jag redan under Fas 1 bestämde mig för att jobba vidare med samma sättning av teckensitt även under Fas 2. Dels för att se vad som hände med uttrycket men framför allt att jag redan från början fattade mest tycke för vikten *Black*. Tyvärr saknade den det kompakta informativa och lättheten i sättningen av längre rubriker som jag ville ha under Fas 1. En avgörande faktor till att jag än dock kunde jobba vidare med *Plak* var att den också fanns i *Black Condensed*, vilket uppfyllde detta krav.

2.2.4 Former

Under skissarbetet med de vassa former jag ville arbeta med började idén om det vikta/avhuggna hörnet växa fram. Dels för att jag kände att detta var ett sätt att förstärka vassheten mot de andra hörnen men också ett intressant sätt att jobba med riktningar i tidningen. Detta för att få igång en rotation och rytm både i en den enskilda bilden men också på sidan/uppslaget. Att hålla sig till att bara jobba med övre och nedre vänsterkant kändes som ett naturligt grepp för att visa upp vassheten mot höger.



2.2.4.1 Slutsats

Tankar om navigeringen i tidningen dykte upp och ju mer jag arbetade och det kändes naturligt att ta formerna ytterligare ett steg. Skapa pictogram som vägledande funktion genom tidningen.

2.2.4 Pictogram och färger

Det som skiljer Dagens ETC gentemot övriga dagstidningar är att det är svårt att navigera. Informationen tenderar till att flyta samman till en jämn massa. Visserligen finns tydliga vinjetter med information om var man befinner sig i tidningen *Inrikes*, *Ledare*, *Klimat* och så vidare. Men de är satta på samma sätt och med samma färg, så vikten av att informera går förlorad. Man missar dem istället för att på ett naturligt sätt stanna upp.

Därför skapade jag en uppsättning pictogram vilka är kopplade till respektive händelse. Skissarbetet var en snabb och intuitiv process där jag skapade bilder som jag kände bäst kunde beskriva de olika händelserna i en form. Jag valde också att till detta välja en kvadratisk form vars övre vänstra hörn är borta, som bärare av de symboler jag skapat som tillsammans skapade den samtida attityd jag var på jakt efter.

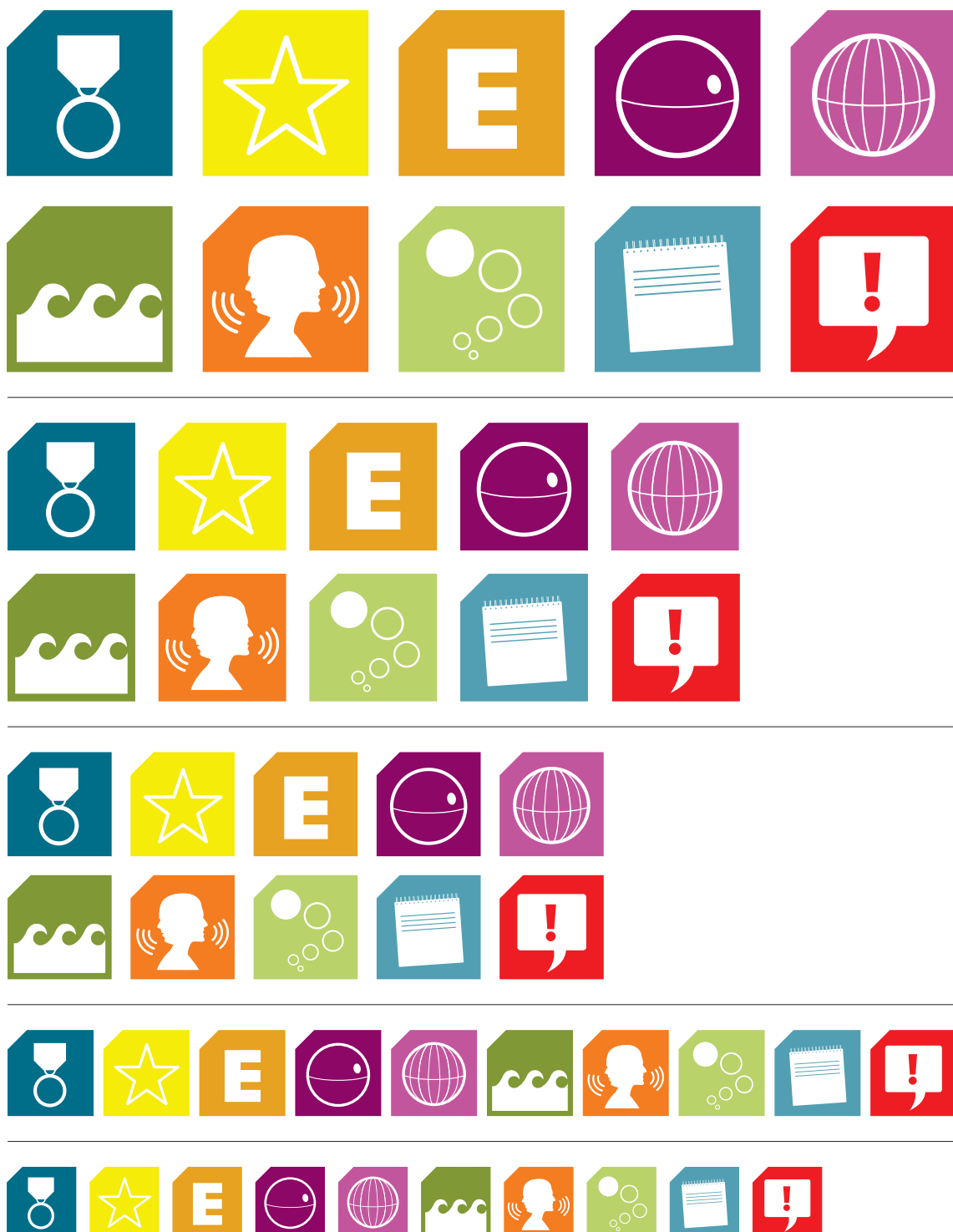
Från början hade jag tänkt att dessa former skulle kunna klara sig på egen hand, det vill säga i svart och vitt. Men allt eftersom så kände jag att det skulle bli ett naturligt steg att även ge dem en färg, vilken också kunde användas till att färga andra saker under respektive händelse, citat, fakturutor etcetera. Jag ville också bryta upp min subjektiva bild av socialistisk formgivning⁴ där den svarta, röda, gula och vita färgen varit dominerande under lång tid – en solidarisk färgkarta.

Jag tog fram tre olika färgspektra som jag tyckte både kontrasterade men också harmoniserade med Dagens ETC primära färger, röd och svart. Valet föll till sist på en klar om än något mättad skala med färger.



2.2.4.1 Slutsats

Allt eftersom jag började sätta ihop de olika delarna till en helhet började det mer och mer etableras ett förtroende hos mig för pictogramen. Till en början kände jag att dem var allt för spretiga i sitt uttryck men de fungerade oväntat nog både ensamma men också tillsammans med de valda teckensnitten.



2.2.5 Helhet

Parallellt med testerna av de olika momenten skissade jag förhand fram olika versioner av ettan¹⁵⁻¹⁶ som jag tyckte kändes intressanta. Valet av ettan gjorde jag för att jag tyckte sidan innehöll tillräckligt av de moment jag arbetade med för att det skulle vara relevant som representant för helheten. Men också den sida som möter läsaren först och naturligt sätter stämning och förväntningar på hur resten av tidningen kommer att upplevas.

Tillsist hade jag ett tiotal skisser av varierande karaktär som jag kände att jag ville gå vidare med in i datorn. För att där se om de idéer jag hade var realistiska. Eftersom min kunskap sen innan var relativt begränsad när det gällde tidningsformgivning visade det sig rätt snabbt att många av skisserna slutade vid att vara just skisser. Men jag ser det som en nödvändig process att ha gått igenom för jag skulle få kunskapen om vilka moment som var mer eller mindre viktiga.

Slutligen beslutade jag mig för att gå vidare med den version som hade de kvaliteter som jag i min analys hade efterlyst. Det vill säga att på ett omsorgsfullt sätt förmedla budskapet mer dynamiskt. Med hjälp av nivå-skillnader.

2.2.5.1 Slutsats

I det fortsatta arbetet med inlagan fick ettan tillsammans med de övriga momenten sätta prägeln på hur känslan upplevdes och hur dispositionen av de övriga sidorna blev satta. Vilket det skulle visa sig, ju fler sidor och uppslag jag gjorde ut, vara en lyckad arbetsmetod för mig.

2.3 Kreativ Fas 2

Under Fas 2 försökte jag endast lita på min egen känsla och intuition. När det kom upp spår jag kände att jag ville plocka upp för att testa gjorde jag det, utan att för stunden reflektera över vilka praktiska konsekvenser det kunde få.

2.3.1 Kreativplattform

Utgångspunkten i den kreativa plattformen för Fas 2 ligger endast min subjektiva åsikt och lust till att skapa.

Känslopaletten¹⁷ skall ge en känsla av gammalt kontra nytt. Tidlöshet. Jag har valt plocka referensmaterial från formgivning som jag själv tycker är bra, och som på ett underfundigt sätt speglar den tid vi lever i. Komplexitet. Konstruktion kontra dekonstruktion.

Ledorden är definierade på följande vis: Vass (Typografin, upplägget i tidningen (läsandet), flödet), Harmonisk (Färgvalet), Samtida (Logotypen).

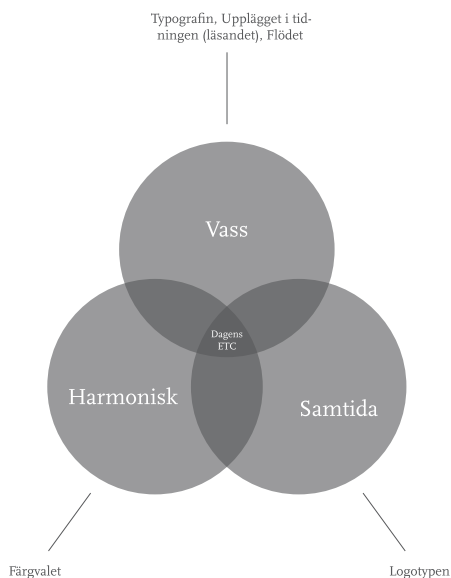
2.3.2 Koncept

När jag började arbeta med den Fas 2 ville jag inte bara att den skulle bli en spegling av vad jag tyckte var " snygg" eller "bra" design, vilket skulle få till konsekvens att den tyngd och seriositet som jag ändå var ute efter skulle gå förlorad. Därför valde jag att bygga min subjektiva smak runt ett koncept.

2.3.2.1 Konceptidé

Min idé till konceptet började egentligen redan när jag under Fas 1 när jag var på tidningsbutiken *PressStop* för att leta efter inspiration. Jag slogs av hur litet utrymme varje tidning, tidskrift eller magasin får till sitt förfogande för att exponera sin framsida eller sitt budskap. Vissa tidningar, vanligt vis dem som säljer mest eller har " snyggast" omslag, får egen hylla. Men när det kommer till det något smalare tidningarna är exponeringen allt som oftast begränsad till max en halv sida.

Eftersom ETC:as format är tabloid får detta förödande konsekvenser, synligheten blir dessutom inte bättre av att den visas i hopvikt format, det vill säga halv stående tabloid. Tidningen är gömd bakom eller står mellan



andra tidningar vilket får till följd att det nätt och jämnt endast är halva av detta hopvikta format som i praktiken är synligt. Detta gör att endast en liten del av logotypen syns och om man, som jag, visste vad man letade resulterade det ändå i stora svårigheter att hitta. Detta var ett förhållande som jag fick bekräftat vid ett besök på biblioteket men också när jag plockade upp den ur min brevlåda. Alltid hopvikt, alltid osynlig.

Så jag började fråga mig nyttan av formatet och med det användandet av tidningen. Hur läsordningen fungerar och hur man rent praktiskt hanterar den. Detta var något som jag kände var en stark, om än något skruvad, idé som jag kunde bygga mitt koncept kring.

2.3.2.2 Analys av läsordning

Mitt tillvägagångssätt för att analysera läsordningen i tidningen var att göra en pappersmodell. Jag skrev ut blanka skalensida av tidningen, vita sidor fick representera helsida och svarta halvsidor. Allt eftersom jag bläddrade i tidningen och tänkte hur jag läste den fäste jag en sida efter den jag senast var på. Lämna jag en halv sida (svart) och bläddrade till höger till ett helt uppslag (vitt) fäste jag således en vit sida vid till höger om den svarta och så vidare. Se förtydligande bild här intill.

2.3.2.1 Regelverk för koncept

Efter analysen kände jag att jag var tvungen att upprätta ett regelverk för vilken jag var tvungen arbeta inom. Reglerna är:

- Logotypen på ettan skall alltid vara i överst i vikt stående format.
- Ingen information, det vill säga text, får ligga i vecket när man viker tidningen på hälften dock får bilder förekomma här.
- Det skall i allra möjligaste mån hela tiden vara en strävan efter att skapa aktiva sidor, det vill säga medvetet få läsaren till att utföra vissa moment, till exempel vikning eller rotering.
- Det är tillåtet att lägga text i horisontellt läge.
- Bilderna får roteras på det sätt som bäst passar utformningen på respektive sida.
- Illustrationen av texterna skall vara mer aktiva, det vill säga med bild och text i möjligaste mån skapa mer unik sättning.

Med detta regelverk ville jag uppnå den vasshet i upplägget i tidningen som jag sökte efter.

2.3.3 Logotyp

När det i den föregående fasen blev omotiverat att ändra logotypen, kände jag att det däremot var mer motiverat att ändra den nu. Dels för att jag kände att jag genom det regelverk jag skapat fått ingångar och intressanta begränsningar vilka jag kunde skapa inom men också att jag ville göra ett försök till förändring.

Under skissarbetet ville jag ändå att det skulle finnas en tydlig koppling till den "gamla" logotypen. Den röda färgen, men också den karaktäristiska rutan som ramar in bokstäverna. Dessa två element beslöt jag mig att behålla och utgå ifrån.

Min tanke var att jag ville skapa en logotyp som hade en tydlig koppling till hur man använder och läser tidningen enligt mitt regelverk. Riktningar, vinklar och antydningar till att vikningar blev centralt.

Från början ville jag skapa en logotyp där både "Dagens" och "ETC" var utarbetat efter ett geometriskt grid-system i Adobe® Illustrator® för att enkelt styra de effekter jag sökte i form av riktningar och vinklar. Men efter flera tester beslutade jag mig för att endast gå vidare med denna metod när det gällde "ETC". Jag upplevde att det tillsist mer blev en fråga om effektivitet när hela logotypen talade samma språk.

Jag beslöt mig därför att söka efter ett typsnitt att sätta "Dagens" i som på ett samtida sätt skulle kunna komplementera den sättningen av "ETC"



Pappersmodell för visualisering av läsordningen

jag slutligen valde. Valet föll på en skärning av *Courier* som jag hade på datorn. Jag valde dessutom att modifiera den genom att ta bort seriferna samt runda till den något för att skapa en öppnare känsla.

Nu kände jag att jag i princip var färdig men för att logotypen inte skulle kännas för starkt kopplad till den "gamla" logotypen placerade "Dagens" i vitt på en 90% svart platta för att skapa en mer human och lättare tusch.

Dagens **ETC**

DAGENS ETC

DAGENS ETC

DAGENS ETC

DAGENS ETC

DAGENS ETC

2.3.4 Färger

Jag började arbetet med att sätta ihop en sättning av färger som skulle komplementera den röda och den mörkgråa färgen, vilka jag beslutat att använda mig av i logotypen. Dessutom ville jag att dem skulle fungera som en helhet, som ett spektrum.

Jag tittade bland annat i gay-magasinet *BUTT* men också hur *Dagens Industri* använder sig av rosatonat papper fick en idé om att jag ville arbeta med färgning av hela satsytan. För att på så sätt få samma informativa koppling till de olika delarna i tidningen som jag arbetade med under Fas 1. Detta val gjorde även att jag var tvungen att välja ljusa toner av mätade färger för att inte läsbarheten skulle gå förlorad.



2.3.4.1 Slutsats

Färgningen av hela satsytan gjorde att jag kände att något var tvunget att göras med det övriga bildmaterialet. Jag gick på min spontana känsla av att färgreducering var ett motiverat grepp – arbeta med bilder i gråskala som färgades av respektive dels färg.

3. Resultat och slutsatser

3.1 Beskrivning av resultatet

Resultatet av Fas 1 och 2 består av två stycken helt satta tidningar¹⁸. En med utgångspunkten i den analys som jag i början av projektet gjorde för att kunna säkra de formbeslut jag tog under Fas 1:s gång. Den andra är helt och hållet grundad i mitt egna engagemang, vilja och lust att skapa. I båda fallen valde jag, som avgränsande funktion, att uteslutande arbeta med det material som jag initialt fick av ETC. Dels för att jag ville undvika att vid ett eventuellt bild letande börjat söka efter manér på bilderna men också för att man tydligare skall kunna se vad det jag skapat gett för resultat i jämförelse med hur det såg ut från början.

Till resultatet har jag också valt att ta med den processpärm som jag under arbetets gång fyllt. Trots att innehållets största del är ett råmaterial som inte är självinstruerande på något sätt kan den ändå komplettera och nyansera bilden av resultatet.

3.2 Reflektion kring resultatet

Insikten om att ju fler uppslag jag gjorde ut under respektive fas desto fler lärdomar drog jag, var avgörande för mitt beslut att ändra min målsättning och valde därför att lämna denna under den tidsram jag hade. Jag kände att jag inte ville "slarva" igenom momenten utan noga sätta mig i dem så att jag förstod innebörden, vilket i slutändan blev ett mer kvalitativt resultat.

Däremot vill jag inte för den sakens skull förkasta det ursprungliga målet med projektet. Detta är tvärt emot något som jag ser som ännu viktigare nu när jag har skapat två versioner av tidningen som jag verkligen kan stå för. Och att jag i ett framtida slutgiltigt resultat kan motivera varje steg med en helt annan tyngd än om jag hade gått på min första målsättning.

När jag trodde att jag hade "knutit ihop säcken" och lite granna cementserat mitt sätt att uttrycka mig i bild och form tycker jag nu att jag själv har tagit ett steg åt rätt riktning mot en ny utvecklingskurva. Startat en väg att rida på in i framtiden.

Svaren på mina två primära frågeställningar kan sammanfattas i att: ETC idag är ett företag vars mål är att "förändra världen" och ett av målen för att nå dit är att hela tiden expandera antalet tidningar så att man på så sätt kan nå fler läsare och med det öka sin intäkt av presstöd. Men för att lyckas med detta mål anser jag att dem inte bara kan satsa på att expandera utan det måste göras med eftertanke. Formerna måste kunna bära budskapet så att det etablerar och förankrar ett förtroende hos en större läsarkrets än idag. Det är här som mitt arbete förmodligen kommer in som ett naturligt moment.

Angående min sekundära frågeställning så upplever jag att jag genom hela arbetsprocessen har haft ett intensivt engagemang på ett sätt som jag tror bottnar i att jag finner ett stort intresse och en betydande respekt inför ETC och deras värdegrund. Hade det inte varit för denna samhörighet hade jag förmodligen inte på samma omsorgsfulla sätt engagerat mig i detaljarbetet med tidningen. Jag fann hela tiden ett driv, en lust och inspiration i att vilja fortsätta att skapa och förbättra. Som om jag arbetade lika mycket för mitt egna intresse som prenumerant som för deras skull som uppdragsgivare.

3.2.1 Reflektion kring ett framtida slutresultat – Fas 3

Projektet var, som sagt, tänkt att från början sluta i en tredje och sista fas – Fas 3. Därför kommer här en reflektion kring vad jag skulle vilja ta med och hur jag hade tänkt mig den slutgiltiga utformningen där jag är i processen just nu.

3.2.1.1 Vad och varför

Den spontana känslan jag har efter att ha avslutat de två första faserna är att ingen av dem ensamt skulle kunna klara sig i ett skarpt läge. Detta var

även någon som jag från början inte heller valt att lägga fokus på under de två faserna. Dessa var till för att jag själv skulle lära mig hur en dagstidning är uppbyggd med utgångspunkt i två olika infallsvinklar – *Fas 1* och *Fas 2*.

När jag i efterhand tittar på *Fas 1* känner jag att den i vissa avseenden har grundläggande kvaliteter som skulle på ett tydligt sätt motiverar en re-design. Den är i mångt och mycket för lik den nuvarande formen. Men det är inte här styrkan i denna fas ligger; det är i hur den uppstått. Analysen gjorde att detaljarbetet fick vara i fokus. Och det är även dessa som jag hade tänkt att jag skall ta vidare och förfina ytterligare i *Fas 3* – *Pictogrammen, paginan, puffarna* och *typografin*.

Fas 2 känns, till skillnad från *Fas 1*, mer som en helt ny tidningsutformning. Skillnaderna från originaldesignen syns tydligt på varje sida. De mest uppenbara skillnaderna är att jag gjort om logotypen men också självklart att jag har valt att vända på texten till vertikalt läge på vissa ställen och på så sätt satt fokus kring läsordningen. Men inget av detta tänkte jag ta med mig till *Fas 3*. *Logotypen*, och då i synnerhet typsnittet som jag använt i "*Dagens*", känns för modern med tanke på tidningens innehåll. Men däremot så hade jag använt mig av det nya typsnittet av "*ETC*". Den förändringen känns som en uppdaterad version som ger ett nytt positivt intryck med den nuvarande formen som tydlig referens.

Jag tycker också att *Fas 2* övergripande känns uppkäftig vilket jag gillar och vill ta med. Jag tycker att färgskalan och de svartvita bilderna kommer till sin rätt. Genom att jobba med tonade sidor istället för färgstarka bilder gör att texterna lyfts fram och blir mer synliga. Text och bild balanserar upp varandra och samarbetar vilket skapar en aktivare läsning. Sidorna blir lugnare och samtidigt lättare att förstå och ta in.

Sammanfattningsvis så hade jag alltså tagit med de mindre detaljerna från *Fas 1* och den övergripande kaxiga känslan från *Fas 2*.

3.3 Reflektion kring arbetsprocessen

3.3.1 Metod

När jag ser på de metoder jag använt för att skissa fram det resultat jag varit på jakt efter inser jag att jag borde ha arbetat mer för hand. Kanske försökt med större skalor när det handlade om logotypen till exempel.

Det aktiva användandet av både känslopallerterna och ledorden som säkrande funktion under arbetets gång har betytt mycket. Däremot hade jag velat, om tid funnits, noggrannare undersökt vad målgruppen, det vill säga läsarna, tyckte om tidningens nuvarande kontra förväntade framtida utformning. Detta var ett moment som jag strök ur den ursprungliga projektplanen. Mycket för att jag efter samtalet med *Johan Ehrenberg* kände att han kom med så pass tydliga och trovärdiga svar på de frågor jag ställde. Momentet med enkätundersökning kändes därför överflödigt.

3.3.2 Avgränsningar

Vissa av de avgränsningar jag från början definierade i min projektformulering tyckte jag var nödvändiga för att projektet inte skulle tendera till att svälla, och bli onödigt stort. Däremot gick jag i vissa fall rakt i mot de avgränsningar jag skapat. Men jag tycker att jag i rapporten på ett tydligt och koncist sätt motiverat varför.

3.4 Reflektion i större samhälleligt sammanhang

I ett framtida perspektiv tycker jag att projektet med sin ingång kan bidra som ett nyttigt inlägg i en diskussion om hur information blir till och verkar i vårt samhälle. Jag tycker också att projektet indirekt tar upp och behandlar frågor som genererar i att människor får upp ögonen för de ämnen som finns att läsa om i *Dagens ETC* så som klimat och hållbar utveckling.

4. Slutnoter

- ¹ Nittve/Lindahl. (1979). *Svenska valaffischer*. Akademilitteratur
- ² Sancho Panza är Don Quijotes väpnare i Miguel Cervantes bok "Don Quijote". Sancho Panza är den som i sin jordnära folklighet skapar balans till Don Quijotes världsfrånvända tokigheter.
- ³ Politisk dagstidning som ges ut en gång per vecka, är tillsammans med ETC.nu en av två tidningar från samma utgivare.
- ⁴ http://www.ne.se.ezproxy.ub.gu.se/jsp/search/article.jsp?i_art_id=164857&i_word=etc (24 mars 2007)
- ⁵ Se Appendix A – Analys, Samtal med Johan Ehrenberg
- ⁶ Se Appendix B – Analys, Slutsats, Nuvarande form
- ⁷ Fokus av flödet och pulsen i detta fall har inte varit att endast detaljstudera hur de nuvarande typsnitten eller bilderna fungerar tillsammans, utan mer se till helhetsbilden – uppslag, bilder, artiklar, annonser, faktarutor, pagina, rubriker och så vidare.
- ⁸ Analysen av flödet och pulsen i Dagens ETC är huvudsakligen baserat på #4 2008. Viss variation kan förekomma i de olika numrena men skiftningarna tenderade inte vara så pass stora att någon vidare vikt bör fästas vid detta.
- ⁹ Se Appendix C – Analys, omvärldsanalys
- ¹⁰ Se Appendix D – Känslopalett, Fas 1
- ¹¹ Se Appendix E – Logotyp, Fas 1
- ¹² <http://www.moderntypography.com/Typedesign/GuardianEgyptian/index.html> (24 mars 2007)
- ¹³ <http://www.linotype.com/1344/plak-family.html#> (24 mars 2007)
- ²² Se Appendix F – Socialistisk visuell kommunikation
- ¹⁵ Tidningsterm för den första sidan.
- ¹⁶ Se Appendix G – Helhet, Fas 1
- ¹⁷ Se Appendix H – Känslopalett, Fas 2
- ¹⁸ Se Appendix I – Resultat

5. Källförteckning/Inspiration

1. Nittve/Lindahl. (1979). *Svenska valaffischer*. Akademilitteratur
2. Svenska Språknämnden. (2000). *Svenska skrivregler*. Liber förlag
3. Per Mollerup. (1999). *Marks of Excellence*. Phaidon Press
4. Kaj Johansson, Peter Lundberg, Robert Ryberg. (2006). *Grafisk kokbok 3.0 : guiden till grafisk produktion*. Bokförlaget Arena AB
5. Christer Hellmark. (2004). *Typografisk handbok*. Ordfront förlag AB
6. Die Gestalten Verlag. (2004). *Dos Logos*. Gestalten Verlag
7. Linotype GmbH. (2006). *Complete A-Z - Komplet typsnittskatalog från Linotype*. Linotype GmbH
8. Sören Larsson. (2001). *Att skriva i tidning*. Natur och Kultur
9. Miguel de Cervantes Saavedra. (2001). *Den snillrike riddaren Don Quijote av la Mancha*. Brutus Östlings bokförlag Symposion
10. <http://www.moderntypography.com/Typedesign/GuardianEgyptian/index.html> (24 mars 2007)
11. <http://www.linotype.com/1344/plak-family.html#> (24 mars 2007)



Appendix

Re-Design av DagensETC

Pär Rahmqvist

*Examensprojekt 15hp, Konstnärligt kandidatprogram i design 180hp
gusrahpa@student.gu.se (per.rahmqvist@posthem.se)*

GÖTEBORG, DESIGN KANDIDAT ÅK 3, VÅRTERMINEN 2008
HDK - HÖGSKOLAN FÖR DESIGN & KONSTHANTVERK

När ETC startade gjordes all layout av deras nuvarande ansvarige utgivare Johan Ehrenberg. När jag träffar Johan i ETC:s lokaler på Björngårdsgatan på Söder i Stockholm börjar jag att fråga honom hur det en gång startade. Vilka grafiska referenser fanns det till exempel.

– Vi var den första tidningen som började använda oss av bild och text på det viset. Vi sökte hela tiden kontraster. Bild kontra text. Ett konstnärligt fotografi kunde illustrera en politisk faktatext, och en pressbild kunde illustrera en konstnärlig text. Men vi respekterade alltid fotografen som skapare av bilden och beskar dem aldrig. Men i övrigt var allt tillåtet. Men jag hade ingen skolning i grafisk design, så om man inte har det var är det då man letar efter för referenspunkter? Jo det man ser runt omkring sig, i hemmet på gatan och så vidare. Men jag tittade mycket på franska och italienska modemagasin som inspiration på denna tid.

ETC SOM FÖRETEELSE

Jag får lite känslan av att hela ETC är väldigt mycket personen Johan Ehrenberg, stämmer det? Och i så fall ser du att det är/eller har varit ett problem för er som tidning? Om man till exempel jämför med stora företag så som IKEA och Apple som har blivit, mer eller mindre frivilligt, starkt förknippade med sina grundare.

– Jag tycker inte att det har varit ett direkt problem. Men det är klart, det har ju varit en nackdel när man försökt binda personer till sig som jag vill skapa förtroende med och det inte riktigt gått. Och på samma sätt har det varit en fördel när man jobbar med människor som jag vet tycker och tänker på samma sätt som jag.

Var det en lång process från ord till handling innan ni startade?

– Nej det var det inte alls, det var bara att starta. Jag ville starta en ny tidning med radikal socialistisk utgångspunkt, någon sådan fanns inte vid det tillfället.

ETC:S STRATEGI OCH ORGANISATION

Vilka är ni idag?

– Idag är ETC ett företag som består av många olika verksamheter. Tidningarna Dagens ETC och ETC.nu är en del, sedan har vi ETC Förlag och en reklambyrå också. Dagens ETC och ETC.nu är tidningar som vi nystartade 2005 i tabloidform. Detta för att komma åt det statliga presstödet som tillsammans med prenumerationerna utgör vår överlevnad. Innan har ETC varit ett veckomagasin och ett månadsmagasin som bara kunnat tillförlita sig på annonsintäkter, prenumerationer samt intäkter från reklambyrån, vilket i slutet inte gick så bra.

Men ni söker inte aktivt efter annonsörer till tidningen för att kunna öka upplagan?

– Man måste ha klart för sig att medieklimatet i Sverige lyder under en dold regel. Borgare har och kommer aldrig att vilja publicera annonser i en radikal tidning, speciellt inte om man har en socialistisk utgångspunkt. Men det är klart Saab skulle ju kunna passa in som en potentiell annonsör, men vad skulle hända om vi har med en annons på deras nya etanolbil? Jo, hälften av våra läsare skulle tycka att det jättebra "ooh, en miljövänlig Saab", men den andra hälften är vana debattörer och skulle med en gång börja diskutera. "Etenol är inte alls bra för miljön" och då är Saab tvungna att stå tillsvars för alla frågor som följer. Vilket dem inte alls har lust till.

Men har ni den målgrupp som många av de stora annonsörerna skulle vara attraherade av?

– Ja absolut. Vi har en väldigt bred målgrupp. Alla från din egen ålder upp

till pensionärer, Från låg- till högavlönade, fattiga som rika.

Man kan säga att prenumeranterna uppdelade i två grupper. Av de 4 500 läsare vi har är 2 000 av dem personer som stödjer oss. Jag skulle i princip kunna skicka ut en tegelsten varje månad och dem hade fortsatt betala. Den andra delen är dem som håller med eller tycker som vi. Därför prenumererar dem. Denna del är också mer benägna att byta över till andra tidningar.

Om du skulle vara visionär, vilka skulle ni vilja vara i framtiden?

– Anledningen till att jag startat Dagens ETC och ETC.nu är att jag vill förändra världen. Det är i den visionen som hela mitt engagemang alltid funnits. Men med en upplaga på drygt 4 000 kan man inte det, det är först när man når 100 000 som man kan börja göra skillnad. Därför kommer vi starta nya lokala systertidningar runt om i Sverige.

När jag sedan försöker fråga om de har något utarbetad strategi för marknadsföringen börjar Johan prata lite svävande om att det finns "strategiska dokument" som man strikt följer. Men jag får känslan av att han inte är jättepigg på att i detalj berätta om dessa. Även fast jag försöker pressa honom.

Har ni konkurrenter i Sverige, Norden eller Europa?

– Alla tidningar som har en upplaga under 30 000 exemplar har i princip aldrig någon konkurrens.

Har ni några systertidningar i Sverige, Norden eller Europa?

– Om man ser i Sverige, även fast det är i liten skala, så byter vi nog läsare med tidningar som *Ordfront* och *Arena*. Men det finns ju tidningar som t.ex. *Morgenbladet* och *Klassekampen* i Norge och en tidning som *Liberation* i Frankrike, även om just den tidningen numera har blivit en borgerlig tidning, som har eller varit lika.

Men just Sverige har en något annorlunda kultur jämnt i mot resten av Europa när det gäller dagstidningar, vi har en kvällstidningskultur. Det är snabba nyheter som gäller. Och ser man generellt sätt på alla dagstidningar så har textmängden krympt de senaste åren ganska radikalt, och har resulterat i tunnare och tunnare nyheter. Det skulle till exempel vara helt otänkbart att en kulturtidning som *The Guardian* i England, vilken utkommer varje dag, skulle kunna överleva i Sverige. Men det finns uppenbart ett utrymme för snabba socialistiska nyheter också.

GRAFISK FORM

Vilka styrkor respektive svagheter anser du att DagensETC har?

– Jag tycker att vi har ett väldigt bra bildmaterial, vi är också väldigt tydliga med att förmedla vårt budskap. Detta är en dagstidning, som utkommer en gång per vecka, punkt slut. Till våra svagheter hör att vi helt saknar finesser och detaljarbete. Men anledningen till detta är att tidningen är strikt mallad och sätts av journalister som inte har någon formbakgrund och dessutom saknar tiden till att syssla med detta. Den kan också upplevas något mycket byråkratisk.

Vad syftar du på när du säger detaljer?

– Att från tonade plattor, färger, + och – tecken (i samband med artiklar) faktarutor, puffar, symboler. Finlir.

Har ni någon grafisk manual?

– Inte till tidningen, det är malldokumentet i *InDesign* som är lag. Men om du menar att jag har ETC:s logga som Illustrator så har jag det. Det är trademark, till och med europeiskt trademark. Typsnitten är dem jag alltid har jobbat med *Franklin Gothic* och *Times Ten*. Färgerna, förutom den röda och den svarta, är inte bestämda på något sätt.

Varför har du fortsatt med dem typsnitten?

– Det är dem jag tycker bäst om att arbeta med, jag kan dem och har inga direkta planer på att ändra dem.

När jag har tittat igenom DagensETC och ETC.nu använder ni typsnitten lite hur som helst, ibland rubrik och ibland brödtext. Varför denna inkomsekvens?

– Det är bara för att vi vill skilja mellan de två tidningarna. Inget annat, men vad gör man när tiden inte finns?

Men när jag har kollat igenom det material jag har haft, tidningar, magasin och böcker verkar det många gånger som bokstäverna ETC och den röda rutan runtomkring den varierar? Varför?

– Det är bara slarv. Jag kan inte ha insyn i varje liten sak som skapas.

Tror du inte detta hade kunnat undvikas om ETC hade fått mer digniteten av en logga, d.v.s. att den är vektoriserad och låst?

– Definitivt, det är ju något som du kan ta en titt på.

Vem eller vilka har skapat den nuvarande formen, samarbete eller enskilt?

– Den är helt skapad av mig själv. Men det var komplicerat, jag var tvungen att skapa en mall som inte utgick från att användaren var van eller utbildad formgivare utan människor med liten eller utan direkta kunskaper att jobba i *InDesign*. Innan när jag gjorde ETC som magasin arbetade jag själv med formen, nu har jag så många andra arbetsuppgifter så jag har inte tid att kontrollera hela processen. Därför har jag skapat tydliga och strikta mallar i *InDesign* som i största möjliga mån inte kan missförstås.

Vad är tanken bakom den nuvarande formen, vad hade ni för utgångspunkt?

– Utgångspunkten har varit göra en dagstidning för att komma åt presstödet. Tyvärr är det så att reglerna kring vad som är en dagstidning i jämförelse med ett magasin är väldigt hårda. Nästan alla av funktionerna som finns i tidningen, ledare, debatt, intervjuer osv., är där av en anledning för att det inte skall uppfattas som ett magasin av *Presstödsnämnden*.

Så man kan säga att mycket av formen har blivit styrd av faktumet att det skall vara en dagstidning och inte ett magasin, vilket ni måste annars blir ni av med presstödet?

– Exakt, det är på två miljoner om året som vi förlorar som vi inte är jättenoga med utformningen av de olika delarna.

Om du nu är så styrt, så har ni ju ändå rätt stor konstnärlig inriktning när det gäller bildvalen? Är det inte en fara?

– De har ingen åsikt när det gäller bilderna, de ser dem mer som varierande färgfält. Men när det gäller all övrig icke "dagspressrelaterat" material får man använda sig av detta med en viss procentsats. Vilken vi naturligtvis har stenkoll på.

När jag har kollat på det material som jag än så länge haft tillgång till, har jag fått en känsla av att ni vill upplysa med layouten. Stora färgplattor, kontrastrika färger, information för informationens skull. Det är texten som skall vara i fokus. Stämmer det?

– Ja, det är det som är grundstommen i en dagstidning – att upplysa. Men vi har inte valt typsnitt eller färger som skall kommunicera något annat utöver innehållet i texterna till exempel lyx, flärd eller punk. Dem är där och säger det vi vill säga utan att göra några ytterligare anspråk.

Har du/ni några grafiska referenspunkter som du/ni känner ligger nära er? Inspiration?

– Jag har genom historien alltid använt mig av *Franklin Gothic* och *Times Ten*. Men när vi startade upp tidningen igen så såg vi att *Dagens Industri* hade tagit våra typsnitt helt, och att den såg ut som ETC. Då tänkte jag bara: eftersom dem har tagit av oss så kan jag ta av dem. Tittar man på upplägget i tidningen så är vissa delar av de två tidningarna väldigt lika.

När det gäller de andra verksamheterna, finns det någon tanke bakom appliceringen av grafiken?

– Inte mer än att bokstäverna ETC skall vara med. Vilka är med eller utan den röda rutan.

Har ni någon bildredaktion?

– Det är dem som jobbar i redaktionen som är bildredaktion. Jag har ”lärt upp” dem hur jag vill vi ska se på bilder. I vissa fall är det viktigt med den vackra bilden och på vissa ställen är det inte så viktigt om det är en bra bild utan mer vad den säger. Men just bilderna är en stor och viktig del av både *Dagens ETC* och *ETC.nu*.

Men ni förhåller inte er till bilder som ni gjorde när ni startade tidningen från början?

– Nej inte alls. Vi har ett mer strukturerat sätt att se på bilder, men hade vi haft tid och kunnat hade jag velat att vi la ner ännu mer tid på bildarbetet. Men det som är problemet idag är att vi får inte tag på tillräckligt bra bilder för att kunna publicera dem.

TEKNISKA FRÅGOR

I vilket program arbetar ni?

– När *InDesign* kom slängde jag *Quark*, och innan dess satt jag och arbetade i automatiska sättningsmaskiner. Jag kan fortfarande komma ihåg koderna för att skapa en enspalt. Det har onekligen blivit lättare med tiden. Så *InDesign* är svaret på din fråga.

Använder ni er av någon form av publiceringsverktyg?

– Nej, det är mallarna i *InDesign* som styr innehållet. Men vi publicerar allt material på Internet först så redaktionen hämtar allt därifrån när det sätter tidningen.

ENGAGEMANG

Under samtalet märker jag hur tydligt Johans engagemang lyser igenom i allt han berättar. Allt från klimatsmarta produkter till hur strukturen bakom tidnings-Sverige är uppbyggt.

Hur viktigt är engagemang för dig personligen?

– Hade jag inte haft mitt engagemang att förändra världen hade jag inte kunnat arbeta med det som jag gör. Det är A och O. Men det är klart att fokuset har sen starten flyttats efter som vissa ämnen blir mer eller mindre aktuella.

Om man tittar på en reklambyrå som Umeåbaserade *Vardag* som håller väldigt hårt på sina principer på vilka de väljer att jobba med. Känns det inte uppdraget 100 % rätt eller att de kan känna sympati med sin uppdragsgivare, väljer de hellre att avböja än att kompromissa fram ett halvbra förslag. Med tanke på ditt engagemang i andra frågor känns det ganska naturligt att fråga hur ni gör i er reklambyrå?

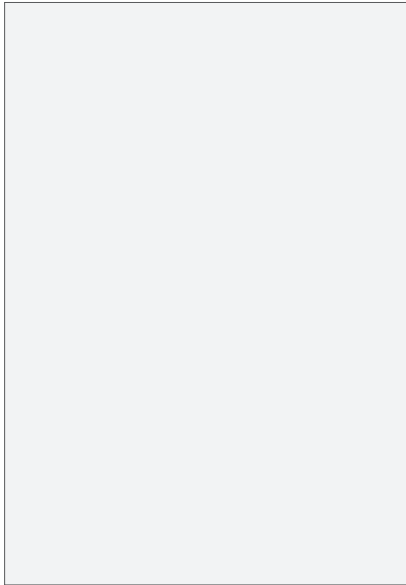
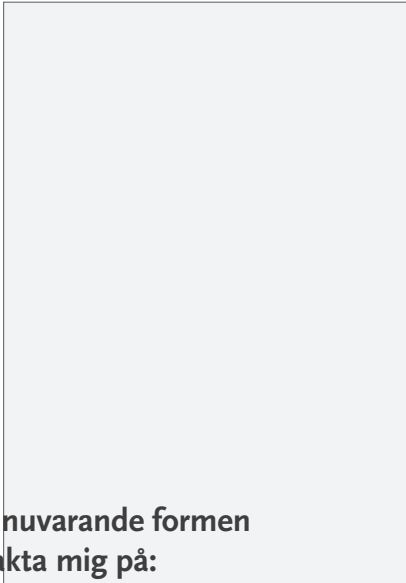

– Låt mig säga så här: reklambyrån har varit, när vi gjorde ett magasin, ett

sätt för oss att överleva. Det har funnits uppdrag som jag gjort som har känts rätt på alla sätt och vis, både kund och uppdrag. Men det har absolut funnits saker jag gjort där jag inte tyckt om företaget men uppdraget, eller vise versa, har känts rätt, roligt eller som om jag kunnat tillföra något. Men så långt som att ha tackat nej har inte hänt många gånger. Dem som kontaktar mig vet oftast vem jag är och vad jag gör.

Tror du att någon väldigt duktig bildredaktör som samtidigt var aktiv inom MUF hade kunnat jobba hos er? Är det viktigt att ni som redaktion har samma tro och vision?

– Haha, nja jag tror till att börja med att det inte finns någon som är aktiv inom MUF som är speciellt intresserad av det sätt vi använder oss av bilder. Men jag vet jätteduktiga och kreativa människor, inom konst och design, som inte alls har samma åsikter som jag. Men att det skulle vara ett lika-med-tecken mellan att vara borgare och en dålig kreatör tror jag inte på. Vi har dessutom samarbetat med människor som inte varit av samma politiska bakgrund i vissa projekt, vilka har varit lyckosamma.

*Intervjun är gjord av Pär Rahmqvist i Stockholm våren 2008
© Pär Rahmqvist 2008*

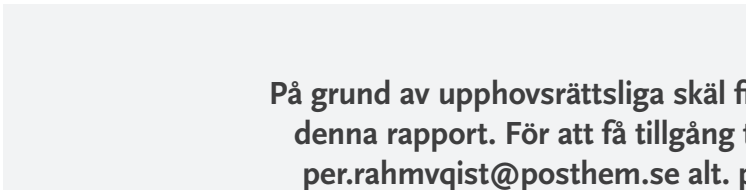
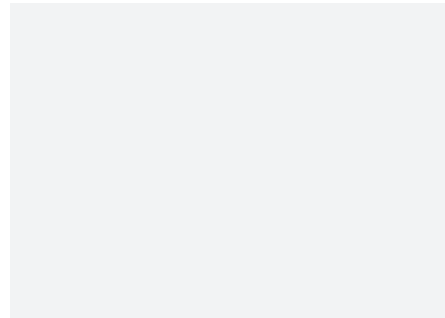
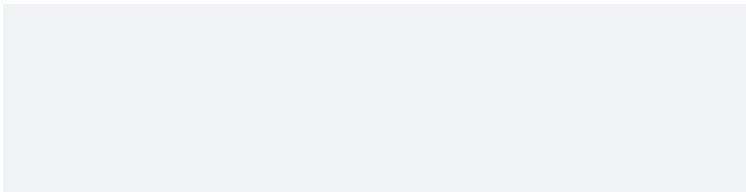
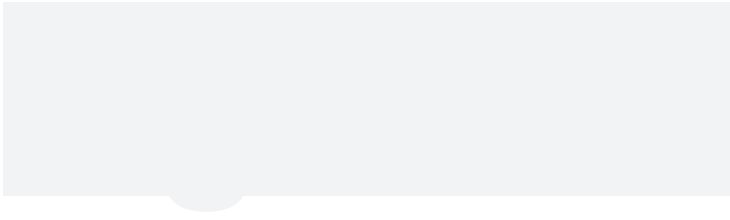


**På grund av upphovsrättsliga skäl finns inte bilderna på den nuvarande formen med i denna rapport. För att få tillgång till detta kontakta mig på:
per.rahmqvist@posthem.se alt. per.rahmqvist@telia.com**

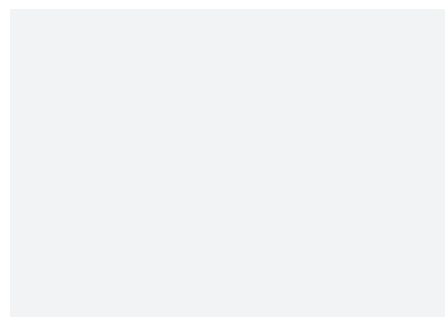
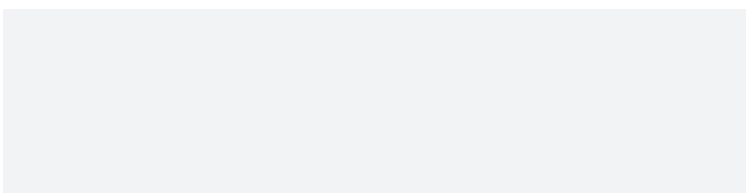
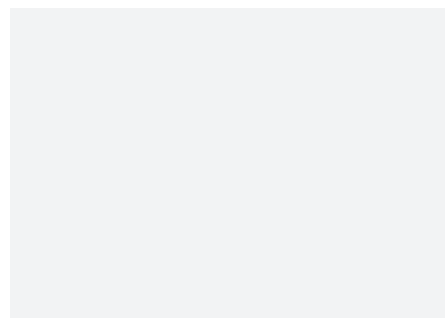
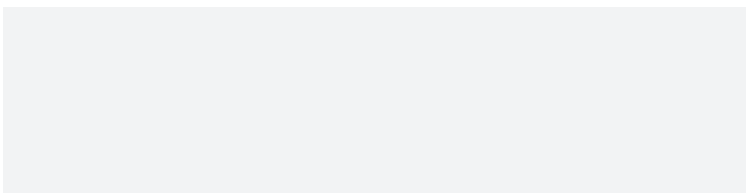
**På grund av upphovsrättsliga skäl finns inte bilderna i omvärldsanalysen med i denna rapport. För att få tillgång till detta kontakta mig på:
per.rahmqvist@posthem.se alt. per.rahmqvist@telia.com**



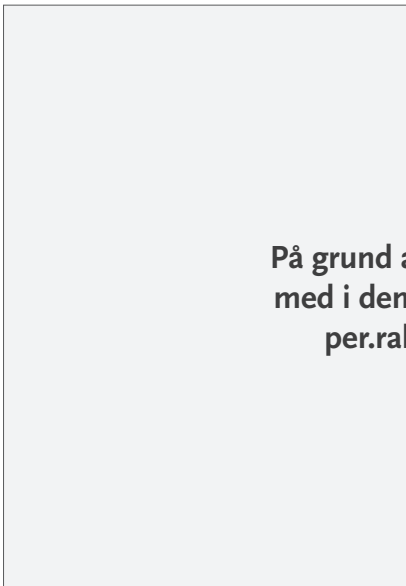
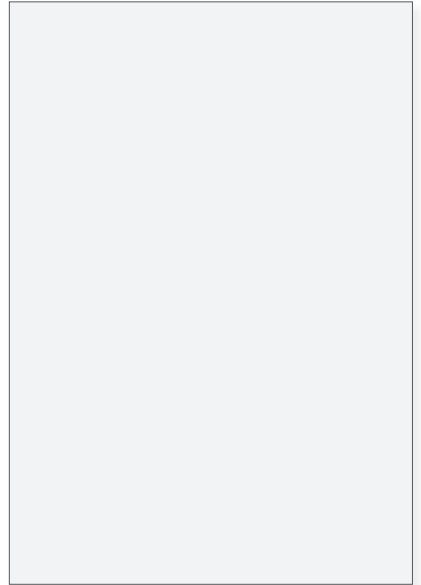
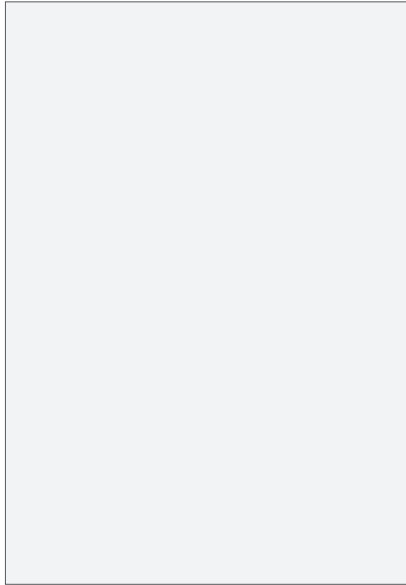
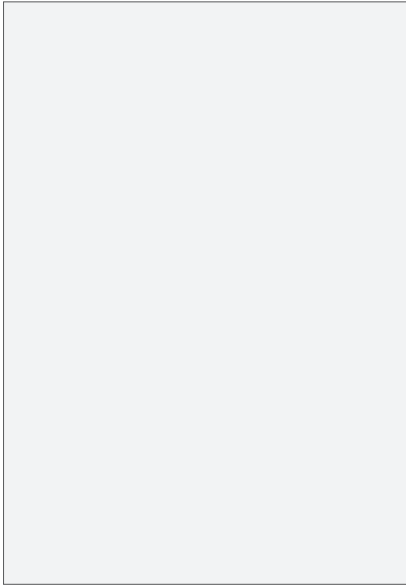
På grund av upphovsrättsliga skäl finns inte vissa bilder med i känslopaletten med i denna rapport. För att få tillgång till den kompletta versionen kontakta mig på: per.rahmqvist@posthem.se alt. per.rahmqvist@telia.com



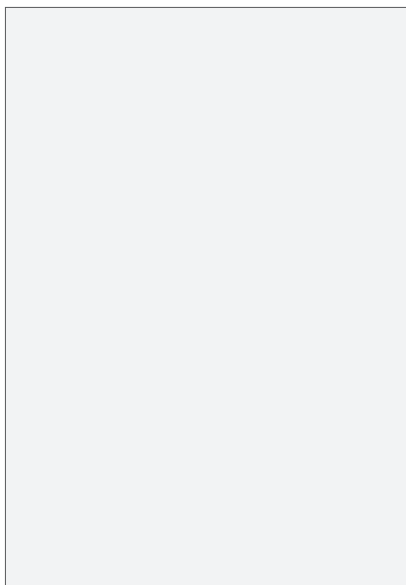
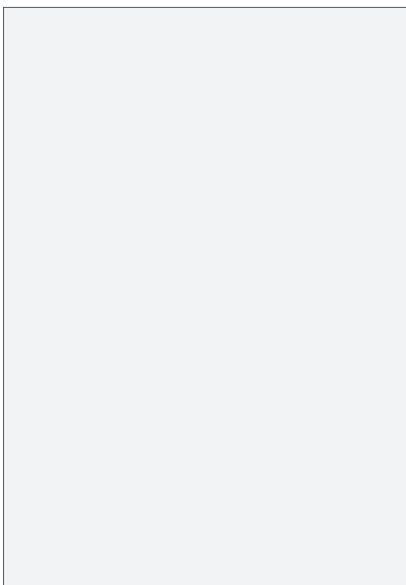
På grund av upphovsrättsliga skäl finns inte logotyperna med i denna rapport. För att få tillgång till detta kontakta mig på: per.rahmqvist@posthem.se alt. per.rahmqvist@telia.com



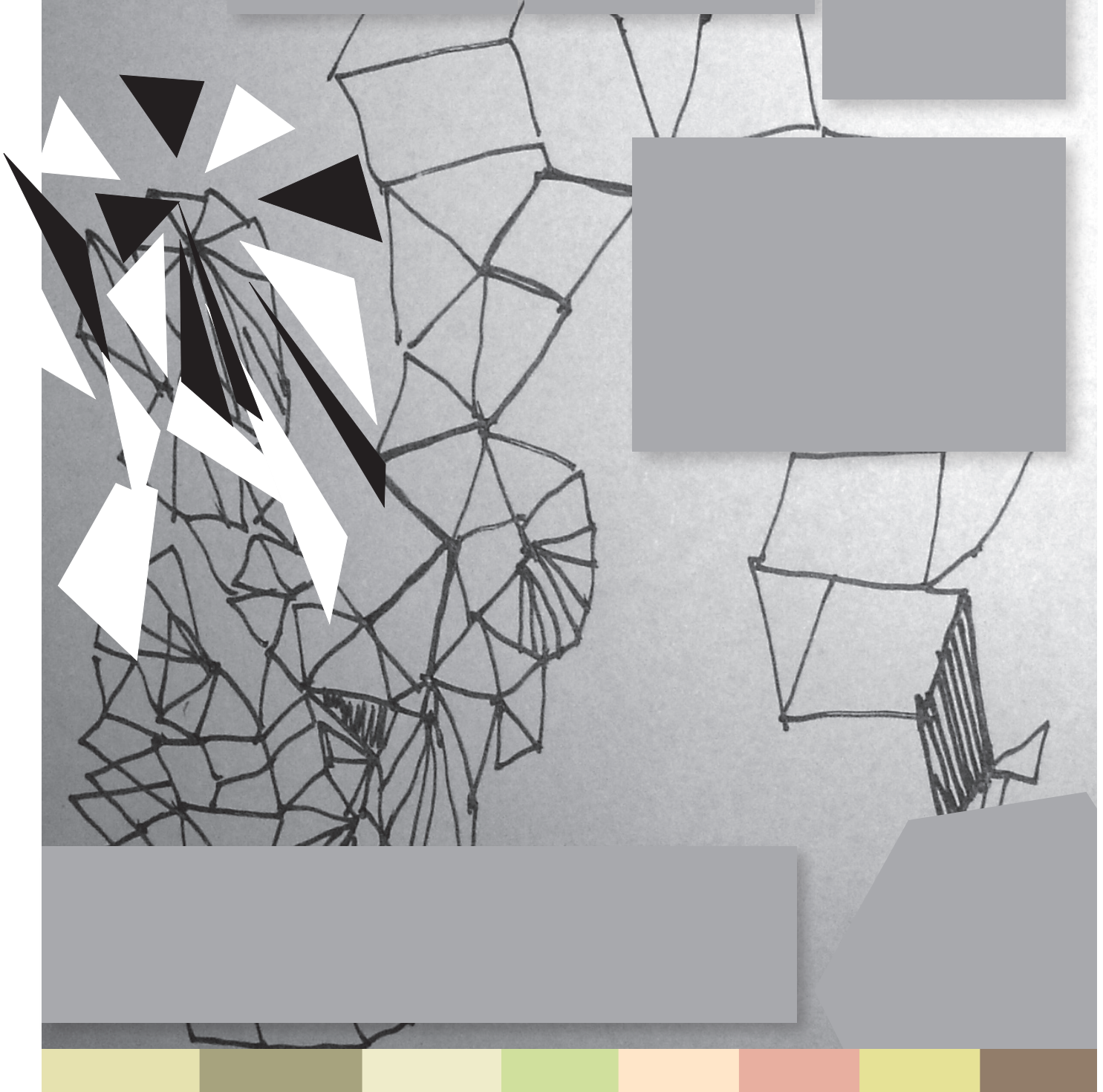
På grund av upphovsrättsliga skäl finns inte kollaget med i denna rapport. För att få tillgång till detta kontakta mig på:
per.rahmqvist@posthem.se alt. per.rahmqvist@telia.com

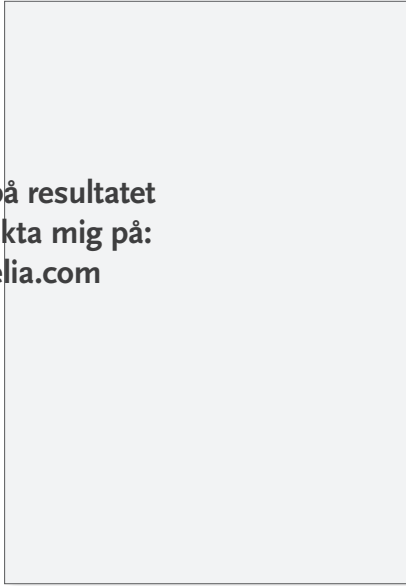
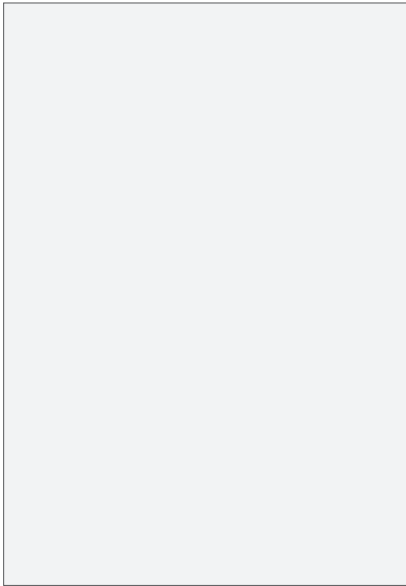



**På grund av upphovsrättsliga skäl finns inte bilderna på resultatet med i denna rapport. För att få tillgång till detta kontakta mig på:
per.rahmqvist@posthem.se alt. per.rahmqvist@telia.com**

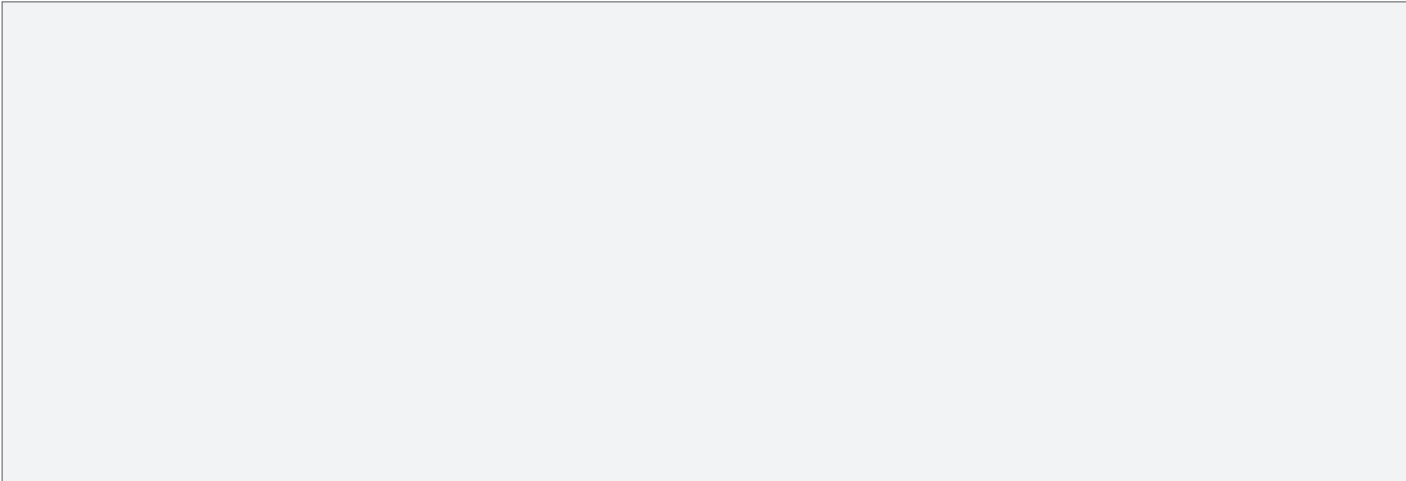


På grund av upphovsrättsliga skäl finns inte vissa bilder med i känslopaletten med i denna rapport. För att få tillgång till den kompletta versionen kontakta mig på: per.rahmqvist@posthem.se alt. per.rahmqvist@telia.com



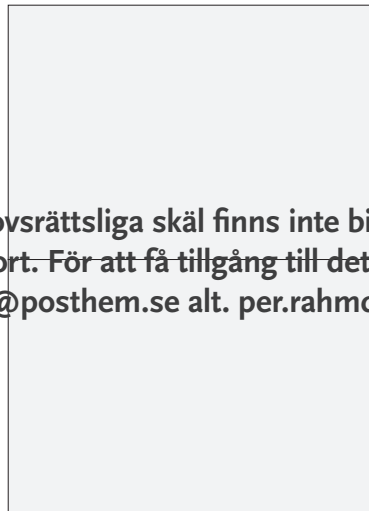
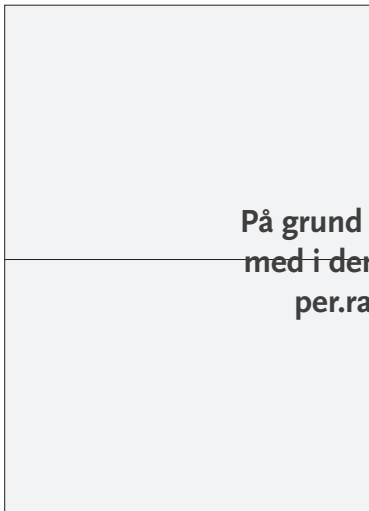


**På grund av upphovsrättsliga skäl finns inte bilderna på resultatet med i denna rapport. För att få tillgång till detta kontakta mig på:
per.rahmqvist@posthem.se alt. per.rahmqvist@telia.com**

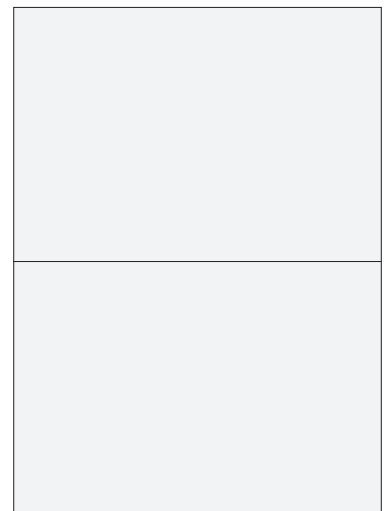
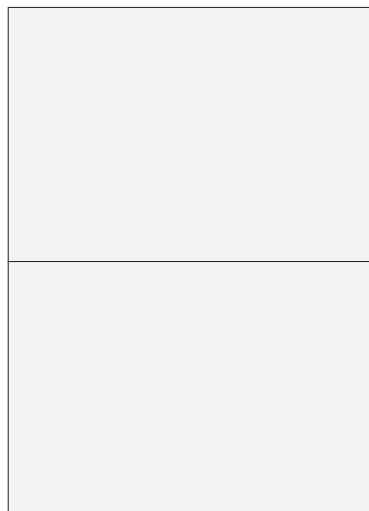
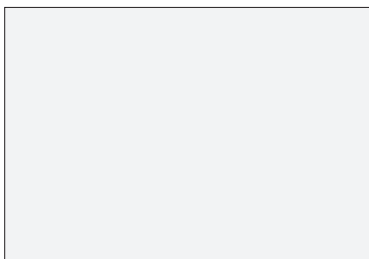



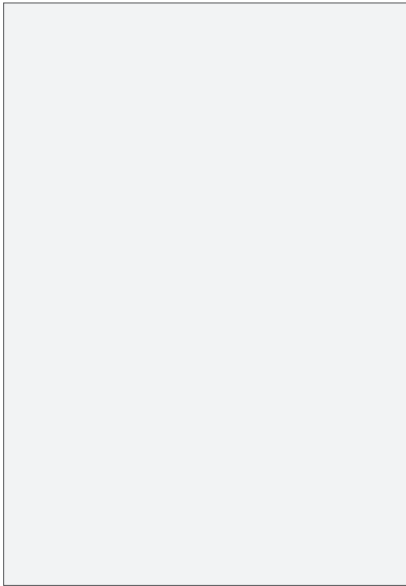

På grund av upphovsrättsliga skäl finns inte bilderna på resultatet med i denna rapport. För att få tillgång till detta kontakta mig på:
per.rahmqvist@posthem.se alt. per.rahmqvist@telia.com

På grund av upphovsrättsliga skäl finns inte bilderna på resultatet med i denna rapport. För att få tillgång till detta kontakta mig på:
per.rahmqvist@posthem.se alt. per.rahmqvist@telia.com

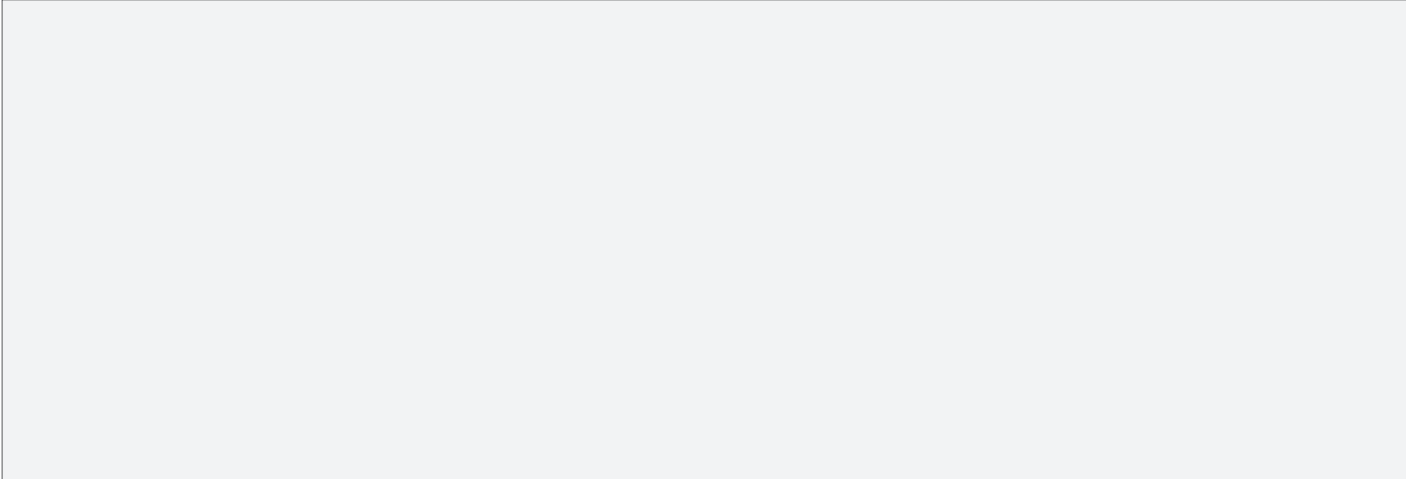


På grund av upphovsrättsliga skäl finns inte bilderna på resultatet med i denna rapport. För att få tillgång till detta kontakta mig på:
per.rahmqvist@posthem.se alt. per.rahmqvist@telia.com



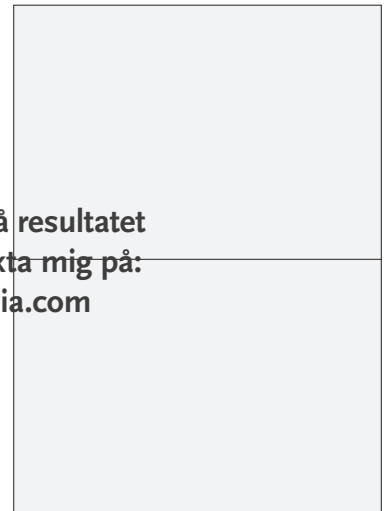
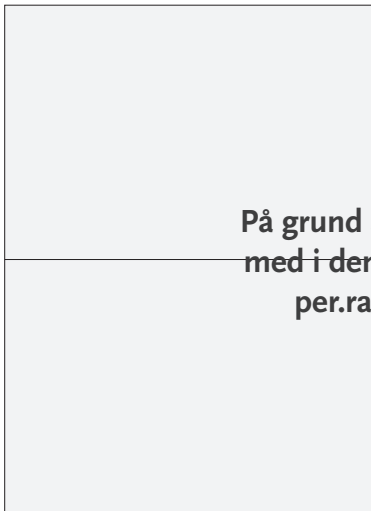


**På grund av upphovsrättsliga skäl finns inte bilderna på resultatet med i denna rapport. För att få tillgång till detta kontakta mig på:
per.rahmqvist@posthem.se alt. per.rahmqvist@telia.com**



På grund av upphovsrättsliga skäl finns inte bilderna på resultatet med i denna rapport. För att få tillgång till detta kontakta mig på:
per.rahmqvist@posthem.se alt. per.rahmqvist@telia.com

På grund av upphovsrättsliga skäl finns inte bilderna på resultatet med i denna rapport. För att få tillgång till detta kontakta mig på:
per.rahmqvist@posthem.se alt. per.rahmqvist@telia.com



På grund av upphovsrättsliga skäl finns inte bilderna på resultatet med i denna rapport. För att få tillgång till detta kontakta mig på:
per.rahmqvist@posthem.se alt. per.rahmqvist@telia.com

