

Naviger i det visuelle landskab

Rubrik: DTL Argo ST light. 38 punkt

En god visuel fremstilling kan skabe overblik, vise sammenhænge og levere blikfang. Men hvordan gør man? Den praktiske side giver råd til at få din visuelle kommunikation til at hænge sammen.

Underrubrik: DTL Argo T light. 7,5/11,5 punkt

Af **Sanne Nørgaard Larsen** Cand.mag. i retorik, grafiker og kommunikationskonsulent hos Rambøll By og Trafik.

Annoncer, plakater, reklamepostkort, magasin- og avislayout. Det er ofte det første der falder os ind hvis vi skal indkredse visuel kommunikation. Men visuel kommunikation kan bruges til at styrke det meste af den formidling og argumentation vi benytter i vores dagligdag. Kundebreve, mødeindkaldelser, kommunikationsplaner og alle former for præsentationer bliver mere interessante, overskuelige og mindeværdige hvis den visuelle side boostes.

Brødtekst: Minion Condensed. 10/12,5 punkt

Mellemrubrik: DTL Argo T Bold. 10/12,5 punkt

Citat: DTL Argo T Regular. 11,5/15 punkt

Form og indhold hænger også sammen her

Som i enhver anden form for kommunikation skal der i visuel kommunikation være en tæt sammenhæng mellem form og indhold – den visuelle form skal understøtte budskabets indhold. Vi skal altså finde frem til budskabet før vi kan finde på den rette visuelle idé. Derfor skal der altid en indledende analyse til inden farver, fonte og illustrationer kan brede sig over papiret. Hvad er formålet? Hvem er modtager og afsender? Hvad er situationen? Skal afkodningen ske hurtigt, eller er der mere tid til fordybelse?

Overblik, sammenhænge og blikfang skabes gennem de grundlæggende elementer i visuel fremstilling; typografi, illustrationer, farver og komposition.

Efter analysen starter kreativiteten. I den ideelle verden kan vi generere en masse forskellige idéer og lave udkast som vi vurderer og derefter udvælger det bedste. I praksis er der sjældent så meget tid. Ofte skitseres en eller to idéer, de vendes måske med en kollega, og herefter udvælges en idé der eventuelt kan arbejdes lidt videre med.

Skab mer-viden

Det gode layout er som sagt det der bedst understøtter sammenhængen mellem form og indhold. Men det kan også skabe en slags mer-viden hos modtageren ved at give overblik og sammenhænge på en måde det kan være svært – eller langsommeligt – at gøre med ord. Overblik, sammenhænge og blikfang skabes gennem de grundlæggende elementer i visuel fremstilling; typografi, illustrationer, farver og komposition.

Eksempler på antikva-fonte. 18/20 punkt

Times New Roman **Minion**
Times New Roman Minion
Times New Roman *Minion*


Eksempler på grotesk-fonte. 18/20 punkt

Gill Sans **Verdana**
Gill Sans Verdana
Gill Sans *Verdana*

Farver brugt på dette opslag

 Farve: Pantone 382 C

 Farve: 100% Black

 Farve: 15% Pantone 382 C

 Farve: 60% Black



Grundelementerne i visuel fremstilling – og gode råd til hvordan de skal bruges

Fonte

I den grafiske fagterminologi kaldes skrifttyper for fonte. Der findes to dominerende typer af fonte: antikva-skrifter og grotesk-fonte.

Antikva-fonte har seriffer, dvs. små afslutningsstreger på bogstaverne. Et eksempel på en kendt antikva-font er Times New Roman. Et andet eksempel er Minion som denne brødtekst er sat med. Kendte grotesk-fonte er fx **Verdana** og **Gill Sans**).

På grund af antikva-fontenes seriffer er de mere læsevenlige end grotesk-fontene, og de er derfor traditionelt blevet brugt til brødtekst. Det er dog efterhånden også blevet almindeligt at bruge grotesk-fonte til brødtekst da de fremstår mere 'moderne'. Ved store mængder brødtekst er antikva-fonte dog stadig at anbefale.

Typografi og læsevenlighed

Den måde fontene bruges på i layoutet, kaldes typografi. Rubrik, underrubrik, mellemrubrikker og brødtekst har hver deres størrelse og skriftsnit (fx regular, **fed** eller *kursiv*). Et magasin har brug for flere forskellige slags niveauer af tekstformater end en annonce fx har. Undgå at bruge for mange forskellige tekstformater (tre er et godt tal) – og sørg for at der er tydelig forskel på skriftsnittene, det øger læsevenligheden og gør det lettere at orientere sig i teksten.

En anden vigtig faktor for læsevenligheden er fontens størrelse og skydningen (linjefastheden). En klassisk anbefaling er at en brødtekst ikke bør være under 11 punkt (så kan den læses af både mormødre og skolebørn), og skydningen bør være 2–3 punkt større end brødteksten. Skydningen afhænger dog af linjelængden og fontens særkende. Jo længere en linje er, des større skydning skal der til fordi det bliver svært for øjet at følge de lange linjer. Derfor har vi brug for mere afstand mellem linjerne for at øjet ikke 'hopper' mellem de lange linjer. RetorikMagasinets brødtekst er 10 punkt med en skydning på 12,5 punkt. I fagterminologien angives det som 10/12 punkt (udtales som ti på tolv).

Illustrationer

Illustrationer skal skabe blikfang og/eller bidrage med mere information – altid i sammenhæng med indholdet. En illustration kan være et

foto eller grafik. Hvor fotoet er en gengivelse af en virkelighed, ofte med mange detaljer, kan grafikken forenkles og har en mere skarp visuel funktion.

Husk at illustrationens udtryk skal stemme overens med tekstens tone og indhold – og overvej om illustrationen kan beskæres så du fremhæver det mest interessante. En god beskæring kan ofte skabe mere blikfang end hvis hele illustrationen vises.

Farver

Farver kan bruges til at samle eller adskille elementer. Men også her gælder det at for mange farver forvirrer og skaber uro. Begræns dig til en primær og en sekundær farve, og vær opmærksom på at farver har forskellige signalværdi. Gul er fx den typiske slagtilbudsfarve, mens blå signalerer seriøsitet og autoritet, grøn er blevet de miljøbevidstes farve osv.

Komposition – balance og dynamik

Kompositionen er sammensætningen af layoutets forskellige elementer. Her er det vigtigste at skabe balance så tekst, illustrationer og det hvide papir danner en helhed. Samtidig skal det være en dynamisk helhed, ellers bliver det uinteressant. Dynamikken opstår når der er kontrast mellem de forskellige elementer, fx ved variation af størrelsesforhold, farver og former. Her spiller også marginforhold, spaltebredder og papirets format en vigtig rolle.

Det handler om skabe en slags hierarkisk orden. Hvilket element skal modtageren lægge først mærke til? Overskriften? Illustrationen? Man skal med andre ord prioritere sit stof. Hvis der fx er mange elementer på en side – foto, grafik, faktabokse m.m. – skal elementerne have forskellig størrelse, ellers drukner det blikfang de netop skulle skabe. Hvis der fx er fem forskellige billeder, kan det mest interessante sættes stort op, og de andre billeder lægges i en frise eller kollage i en mindre størrelse. Men husk at det væsentligste skal være det mest dominerende. Det dur ikke med et flot billede af en arkitekttegnet villa hvis annoncen handler om en toværelses lejlighed. ▶

Tre gode råd til visuel fremstilling:

1. Idé og layout skal understøtte budskabet.
2. Brug grundelementerne, men hold det enkelt.
3. Start gerne i det små. Lidt har også ret – ofte med stor effekt.

Læs mere:

Grafisk kogebog, Kaj Johansson, Peter Lundberg og Robert Ryberg, Grafisk Litteratur, 2003.

Grundbog i grafisk design, Henrik Birkvig og Kim Pedersen, Grafisk Litteratur, 2002.

Grundbog i typografi, Henrik Birkvig, Grafisk Litteratur, 2007.

Idebogen, Dorte Nielsen, Grafisk Litteratur, 2001.