



**MÄLARDALENS HÖGSKOLA**

# Utformning av informationsmaterial

## Med rörelse och dansglädje i fokus

Anna Elgerot & Natalie Åsbrink  
Textdesign, 120p



**Institutionen för Innovation, Design och Produktutveckling**

Examensarbete i informationsdesign, 10p

Examinator: Rune Pettersson

Handledare: Björn Fundberg

Eskilstuna 2006-08-02

Registreringsnr: IDPIDEXC:06:46



# Sammanfattning

Vårt examensarbete har varit att producera informationsmaterial till dansskolan Danshuset i Västerås. Huvudarbetet har varit att ta fram en broschyr. Vi har dessutom tagit fram en affisch som ska informera om Danshusets vårföreställning. Syftet med broschyren är att informera om dansskolans dansklasser och förmedla rörelse och dansglädje.

I utformningen av vårt informationsmaterial har vi tillämpat de olika designelementen för god informationsdesign och som arbetsmetod har vi utgått från den modell vi kallar *den kreativa informationsdesignprocessen* (Pettersson 2002, s. 32). I enlighet med den modellen har vi utfört ett flertal utprovningar under arbetets gång där vi givits tillfälle för återkoppling. Dessa utprovningar har omfattat såväl förståelse av text som tolkning av bild och layout.

Under arbetets gång har vi ibland upplevt att vårt informationsmaterial lutat mot reklam. Detta har vi därför undersökt närmare i vår diskussionsdel.

Genom att utforma vårt informationsmaterial enligt principerna för god informationsdesign anser vi oss ha större chans att få vårt budskap att nå fram med full effekt.



# Innehållsförteckning

<b>Innehållsförteckning</b>	<b>5</b>
<b>Inledning</b>	<b>8</b>
Problembakgrund	8
Syfte	8
Mål	9
Målgrupp	9
Frågeställningar	10
Avgränsning	10
Arbetsfördelning	10
<b>Informationsdesign</b>	<b>10</b>
Kommunikationsprocessen	11
Designelement inom informationsdesign	11
Ord	11
Vår tillämpning	12
Bild	12
Vår tillämpning	12
Grafisk form	12
Vår tillämpning	13
Typografi	13
Vår tillämpning	13
Layout	14
Vår tillämpning	14
<b>Metod och arbetsprocess</b>	<b>15</b>
Den kreativa informationsdesignprocessen	16
Informationsinsamling	16
Enkät till lärarna	16
Insamling av textunderlag	17
Litteraturstudier	17
Analys av tidigare informationsmaterial	17
Analys av layout	17
Analys av text	18
Analys av bildval	19
Analys av enskilt uppslag	20
<b>Informationsmaterialets utformning</b>	<b>22</b>
Företagets logotyp	22

Broschyr	22
Textutformning	23
Bildval	24
Pappersval	25
Affisch	25
Bildval	25
Utformning	26
<b>Utprovning</b>	<b>26</b>
Stilprover	26
Genomförande av utprovning på stilprover	26
Resultat	26
Text och layout	27
Genomförande av utprovning på text	27
Resultat och korrigerering	27
Genomförande av utprovning på layout	27
Resultat och korrigerering	28
Affisch	28
Genomförande av utprovning	28
Resultat och korrigerering	28
<b>Diskussion</b>	<b>29</b>
Övertalningsdesign	29
Det tredje språket	29
Expressiv formgivning	29
Text i informationsmaterial	30
<b>Slutdiskussion</b>	<b>31</b>
<b>Källförteckning</b>	<b>32</b>
Skriftliga källor	32
Muntliga källor	32
Elektroniska källor	33
<b>Bilagor</b>	
I Enkät till lärare	
II Stilprover	



# Inledning

Danshuset har sedan starten 1990 varit en välkänd, etablerad dansskola i Västerås. Konkurrensen har ökat genom tiden och därmed ökat behovet av ett tydligt och kvalitativt informationsmaterial. I en konkurrenssituation är det extra viktigt att ha ett informationsmaterial som urskiljer sig från mängden och tilltalar målgruppen.

Det är även viktigt att använda sig av olika medium för att lättare nå ut med informationen i större utsträckning. När vi vill kommunicera med andra på ett effektivt sätt måste vi konkurrera med resten av de budskap som finns i vårt informationssamhälle. För att få just vårt budskap uppmärksammat av mottagaren måste vi ta oss igenom allt det brus som dagligen skapas (Ander 2003, s. 12).

Frågan vi måste ställa oss innan vi börjar arbetet är då hur vi ska urskilja oss från mängden men samtidigt skapa en god informationsdesign.

Vårt uppdrag är att ta fram den tryckta delen av Danshusets informationsmaterial. Huvuduppdraget är att ta fram en broschyr som ska informera om Danshusets dansklasser. Vi ska dessutom utforma en affisch som ska informera om Danshusets vårföreställning.

## Problembakgrund

Utbudet av dansskolor i Västerås har under de senaste åren blivit större än efterfrågan. Danshuset har på grund av det tappat många kunder.

Därför vill vår uppdragsgivare<sup>1</sup> ha hjälp med att återfå sin gamla status som en av de främsta dansskolorna i Västerås. Konkurrensen i Västerås är hård och därför är det viktigt att sticka ut från mängden. Dansskolans nuvarande material är enkelt och stelt och saknar känslan de vill förmedla.

Efter vårt första möte med vår uppdragsgivare insåg vi att den ökade konkurrensen inte var den enda orsaken till tappade kunder. Dansskolan håller inte sitt informationsmaterial uppdaterat, varken det tryckta eller det elektroniska. Då dansskolans ekonomi är en begränsning när det gäller tryckt material anser vi att den kanalen borde användas till långsiktig information. Hemsidan kan däremot innehålla mer dagsaktuell information. Med den kanalen når du effektivt ut till mottagaren och uppdateringen är både snabb och kostnadseffektiv (Ander 2003, s. 105).

Dagens konsumenter är både pris- och kvalitetsmedvetna och vill gärna jämföra priser och tjänster innan de tar några beslut (muntl. Hindersson, 2005-05-24). Dansskolan har hittills förlitat sig på den gamla tidens kommunikation då den muntliga kommunikationen vägde tyngst (Ander 2003, s. 13). Genom att förlita sig på sitt goda rykte istället för att utnyttja de distributionskanaler de haft tillgängliga har de inte nått ut till målgruppen.

Då den tryckta informationen inte överensstämmer med den som finns tillgänglig på dansskolans hemsida skapas förvirring. Mottagaren vet inte vilken

---

<sup>1</sup> Vår uppdragsgivare Nina Ahlgren är ägare och grundare till dansskolan Danshuset i Västerås.



källa som ska ses som trovärdig och det finns därmed risk att informationen går förlorad. Fiske (2003, s. 18-20) identifierar dessa störningar som brus. Brus är någonting som stör informationen/budskapet på sin väg mellan sändare och mottagare. Detta gör att informationen inte når fram på önskat sätt och sändarens väntade effekt uteblir helt eller delvis.

Vårt arbete löser alltså bara en del av problemet. Om hemsidan fortsätter att vara inaktuell tror vi att det i slutändan kan bidra till att dansskolan mister ännu fler potentiella kunder.

## Syfte

Syftet med det här arbetet är att producera en lättläst och tydlig broschyr som ska informera om dansskolans dansklasser samt förmedla rörelse och dansglädje.

Syftet med affischen är att informera om Danshusets vårföreställning.

## Mål

Vårt mål med det här arbetet är att förbättra Danshusets tryckta informationsmaterial och därigenom bidra till att de ska återfå sin gamla kundkrets. Det förutsätter dock att det externa arbetet<sup>2</sup> med hemsidan fortlöper som det ska.

Det slutgiltiga målet med det här arbetet är att genom lättillgänglig uppdaterad information bidra till att Danshuset ska återfå sin gamla status som en av de främsta dansskolorna i Västerås. Vi kommer dock inte att kunna redovisa om vi uppnått det målet i denna rapport då uppföljningen inte kan genomföras förrän längre fram i tiden.

## Målgrupp

Målgruppen är väldigt bred. För att kunna begränsa oss har vi fört flera diskussioner med vår uppdragsgivare. Hon har dock varit lite tvetydig då hon inte är helt klar över vilken målgrupp hon vill fokusera på. Hon vill både uppmärksamma barndansen då den är grunden till fortsatt dans. Barn som börjar dansa i tidig ålder stannar oftast kvar på samma dansskola lång tid framöver vilket ger henne fler långvariga kunder. Men hon vill samtidigt haka på trenden med streetdance och show som skapats via TV-program som Floor filler<sup>3</sup>.

Vi har efter diskussioner oss emellan valt att behålla vår breda målgrupp: dansintresserade i Västerås. Ålder är svårt att definiera då föräldrarna ofta är inblandade i val av dansskola. Text och layout har därför anpassats för att kunna förstås av både barn och vuxna.

---

<sup>2</sup> Uppbyggnad av en ny hemsida åt Danshuset är ett separat projekt.

<sup>3</sup> Floorfiller är ett TV-program på TV3 där unga dansare tävlar mot varandra i olika dansformer.

## Frågeställningar

- Hur producerar vi ett tydligt och lättläst informationsmaterial enligt principerna för informationsdesign?
- Hur förmedlar vi rörelse och dansglädje genom text och bild?

## Avgränsning

Då tryckningen av informationsmaterialet helt beror på uppdragsgivarens ekonomi kommer vi inte att ha någon färdig produkt att visa upp vid oppositionen. Alla filer finns dock att tillgå elektroniskt i PDF-format.

Vi har därför heller inte kunnat genomföra någon utprovning på den färdiga trycksaken. Däremot har vi genomfört utprovningar på utkast av texten och layouten. Vi har dels utprovat materialet på danslärarna som är invidga i ämnet samt en del av målgruppen.

## Arbetsfördelning

Vi har utfört de flesta moment i projektet tillsammans. Av naturliga skäl har vi suttit enskilt vid vissa delmoment som bildhantering<sup>4</sup>, litteraturstudier, telefonsamtal<sup>5</sup> samt faktainsamling till texterna<sup>6</sup>.

När stoffsamlingen var klar arbetade vi vid samma dator. Här började bearbetningen av texterna som justerades åtskilliga gånger efter livliga diskussioner. Genom att hela tiden hålla igång en diskussion kring formuleringar och ordval analyseras texten fortlöpande, vilket resulterar i en väl genomarbetad slutprodukt (muntl. Lagerholm, 2003-09-11).

# Informationsdesign

*”Informationsdesign (Information design, ID) är ett flervetenskapligt ämne som tar utgångspunkt i informationsflödet från sändare till mottagare och analyserar varje del av kommunikationsprocessen. Det gäller utformning och användning av så vitt skilda saker som beskrivningar, broschyrer, bruksanvisningar, datorgränssnitt, faktablad, handledningar, instruktioner, läromedel, manualer, produktbeskrivningar, scenbilder, skyltar, symboler, tekniska rapporter, utställningar och WWW-sidor. Ett bra informationsmaterial har en tydlig struktur. Det är relevant, läsligt, läsbart och läsvärt för de avsedda mottagarna som uppfyller högt ställda krav på god ekonomi, korrekt innehåll, god språklig och teknisk kvalitet.”* (Pettersson 1998, s. 13)

Informationsdesign kan med andra ord tillämpas i många olika situationer. Alltifrån lättlästa publikationer till vetenskapliga tidskrifter kan dra nytta av

---

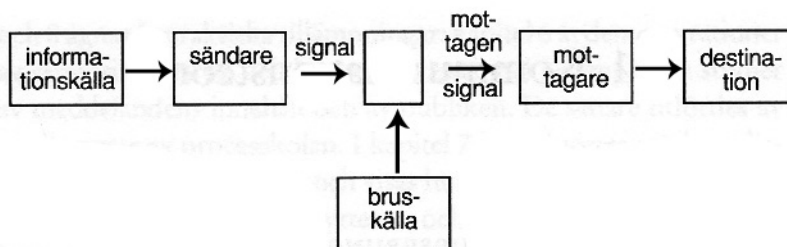
<sup>4</sup> Friläggning och färgjustering av bilder.

<sup>5</sup> Kontinuerlig kontakt med Nina Ahlgren.

<sup>6</sup> Research via internet och genomgång av Dansens hus tidigare informationsmaterial.

principerna för god informationsdesign. Skulle all information i samhället utformas enligt dessa principer anser vi att det skulle förbättra vårt informationssamhälle avsevärt.

## Kommunikationsprocessen



Shannon och Weavers kommunikationsmodell (källa: Fiske 2003, s. 18)

Shannon och Weaver har utvecklat en kommunikationsmodell som visar informationens väg från sändare till mottagare. För att ett budskap ska nå önskad effekt är det viktigt att ingenting händer på dess väg från sändare till mottagare.

De störningar som kan uppstå på vägen kallas brus. Brus är allt som läggs till på budskapets väg mellan sändaren och mottagaren utan sändarens avsikt. Det kan till exempel vara tekniska störningar under en radiosändning eller att mottagaren tolkar budskapet felaktigt (Fiske 2003, s. 18-20).

Pettersson anser att kommunikationsprocessen är viktig att ta hänsyn till under framställandet av information. Informationsmaterialet måste alltid anpassas efter sitt mål, sin målgrupp och situation för att nå önskad effekt (Pettersson 1998, s. 13).

## Designelement inom informationsdesign

Ord, bild och form är de designelement man brukar prata om inom informationsdesign. Ander (2003, s. 26) kallar samspelet mellan dessa tre element för det *tredje språket*. I kommunikationssammanhang är det tredje språket det mest effektiva sättet att skapa information.

### Ord

Det är viktigt att göra sig förstådd så att budskapet når fram och blir förstått av mottagaren. För att lyckas med det, måste man känna till mottagaren, ha ett tydligt syfte och veta hur vi bäst når ut med vårt budskap.

Texten ska vara begriplig, konsekvent och ha en god struktur. Den ska vara enkel, klar och koncis (Pettersson 2002, s. 59).

### Vår tillämpning

Vi har bearbetat texten så att den är enkel och konkret för att underlätta för mottagaren att ta emot och förstå det budskap vi vill förmedla. Ett budskap är

begripligt om mottagaren utan svårigheter kan ta emot det (Pettersson 2002, s. 80). Därför har vi anpassat texten till vår mottagare. Det har vi gjort genom att använda enkla ord och uttryck, ha lagom långa meningar och genom att skriva sammanhängande. Genom att skriva enkelt och klart, tydliggör vi vad vi vill förmedla. Vi blir på så sätt förstådda och når fram med vårt budskap (Stalfelt 1992, s. 10-15).

## **Bild**

Bilden är ett viktigt element inom informationsdesign. Den kan både förklara, förtydliga och visa hur något ser ut. Men för att bilden ska fullgöra sitt syfte, är det viktigt att göra rätt bildval för rätt information. Genom att välja rätt sorts bildkällor anpassade till det givna informationsmaterialet kan man öka effekten av informationen (Ander 2003, s. 57).

Pettersson menar dock att det är viktigt att:

*"Bilderna måste vara relevanta för situationen och anpassade till målgruppen."*  
(Pettersson, red. Pettersson 2004, s. 12).

## **Vår tillämpning**

Vi har valt att endast använda oss av fotografier, undantaget dansskolans logotyp. Detta eftersom vi vill visa hur dansstilarna ser ut i verkligheten. Dessutom menar Pettersson (2001, s. 69-70) att fotografier har högre trovärdighet än illustrationer.

Vi valde att genomgående använda frilagda bilder i broschyren då dessa enligt Frank (red. Pettersson 2004, s. 222) skapar livlighet och dramatik. I och med att vårt syfte har varit att skapa rörelse med bilderna, tyckte vi att frilagda bilder passade bäst i vår kontext.

Vi har även tänkt på bildernas riktning vid både bildhantering och layoutarbetet. Nilsson menar att det är viktigt att utnyttja bildriktningen. I vissa fall kan man spegelvända bilder för att på så sätt skapa en bättre läsriktning. Man ska dock vara försiktig så att inga siffror eller bokstäver finns med och avslöjar bildmanipuleringen. Kända ansikten ska man enligt Nilsson undvika att spegelvända (1996, s. 60-61).

## **Grafisk form**

Grafisk formgivning är nödvändigt för att skapa en helhet i informationssammanhang. Alla element måste samspela och sättas samman för att skapa ett helhetsintryck (Ander, 2003, s. 56). Inom informationsdesign handlar grafisk form om att anpassa formgivningen till innehållet. Den grafiska formen är ett sätt att skapa visuell kommunikation (Ander 2003, s. 29).

Enligt Pettersson (2001, s. 64) kan den grafiska formen spela olika roller. När det gäller annonser i dagspress och reklammaterial är det viktigt att väcka intresse. Här får den grafiska formen mer än gärna synas och typografi och layout får ett egenvärde. Genom att skapa intresse i formspråket lockas läsaren att börja läsa texten. När det gäller information och dokumentation menar Pettersson att det är av stor vikt att den grafiska formen är osynlig. Den ska inte väcka någon form av intresse eller skapa en grund för funderingar. Men inte heller vara alltför tråkig

och intetsägande. Läsaren ska koncentrera sig på innehållet och budskapet i texten och ingenting annat.

Det är dock tydligt att gränsen mellan de båda formspråken ändå inte är särskilt klar (red. Pettersson 2004, s. 202).

### Vår tillämpning

I vårt fall har vi använt oss av ett formspråk som uppmärksammar och väcker intresse, men samtidigt lyfter fram innehållet och budskapet vi vill förmedla.

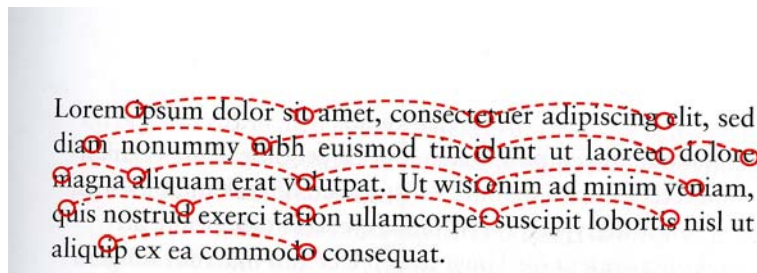
### Typografi

Typografi är ett sätt att visualisera text. Typografin har som huvuduppgift att göra texten läsbar för mottagaren och underlättar för ögat att vandra över sidan (Ander 2003, s. 56). Genom att använda rätt typografi till rätt sammanhang, kan man förtydliga och kommunicera med text (red. Pettersson 2004, s. 208).

Teckensnitt kan ha många olika funktioner och vi väljer dessa utifrån vad vi har för syfte med texten. Det kan vara att texten ska vara lätt att läsa, att teckensnitt och innehåll ska spegla varandra eller att det ska se estetisk tilltalande ut (Ander 2003, s. 166).

### Vår tillämpning

Vi kommunicerar och förtydligar vår text genom olika val av teckensnitt. Teckensnittet Georgia, som vi använder till brödtexten är läsvänligt och skapar tydliga ordbilder. Det bidrar till att läsningen underlättas för mottagaren (red. Pettersson 2004, s. 208).



Ordbild, våra ögonrörelser när vi läser (källa: red. Pettersson 2004, s. 208).

Till rubrikerna har vi använt oss av olika teckensnitt för att spegla innehållet. Generellt sätt bör man undvika att använda för många olika teckensnitt i ett och samma dokument då detta kan skapa obalans och bidra till försämrad läsbarhet (red. Pettersson 2004, s. 14). Men enligt Ander (2003, s.166) kan man i vissa sammanhang låta det estetiska ibland ta överhanden. Framförallt när det gäller rubriker och kortare texter. Ander kallar detta för *talande typografi* där varje teckensnitt talar sitt språk.

*”Bokstäverna har inte enbart till uppgift att bli lästa. Genom att typografera en text gör man den inte bara läsbar utan man ger den en egen karaktär.”*

(Ander 2003, s. 166).

I vår broschyr symboliserar varje rubrikteckensnitt en specifik dansstil. På så sätt skapar vi kongenialitet, det vill säga att utseendet eller formen speglar innehållet (red. Pettersson 2004, s. 215).

### **Layout**

Med layout menas det fysiska arbetet att placera ut grafiska objekt så som text och bild på en bestämd yta (red. Pettersson 2004, s. 218). När man ska skapa sin layout finns det olika saker att ta hänsyn till. Beroende på syfte och målgrupp kan layouten se ut på många olika sätt. Varje material och varje innehåll har sina förutsättningar.

Pettersson skiljer på *informationslayout* och *dekorationslayout*. I en dekorationslayout låter du det estetiska styra och i en informationslayout är strukturen tydlig och förmedlingen av budskapet det centrala. Upplever mottagaren layouten som kantig och osammanhängande uppfattas den som svårtillgänglig och fränstötande istället för intressant och lockande (2001, s. 64-65).

*”En bra informationslayout är fokuserad på det viktigaste budskapet”*

(Pettersson 2001, s. 65).

### **Vår tillämpning**

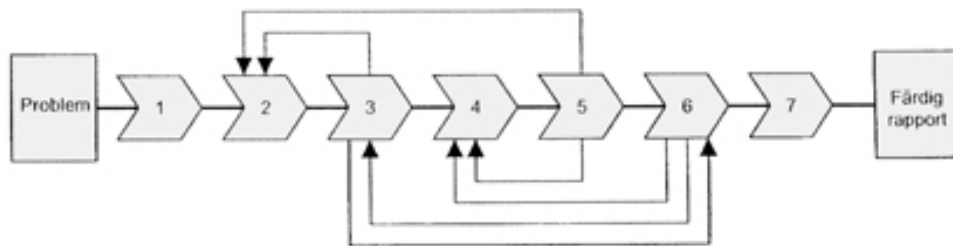
Vårt syfte har hela tiden varit att skapa och uttrycka rörelse och dansglädje i vårt informationsmaterial. Därför har vi valt asymmetrisk layout då den ger ett dynamiskt intressant formspråk (red. Pettersson 2004, s. 204). Vi har även tillämpat gestaltungs-lagen, närhetens lag, för att skapa samhörighet mellan de olika grafiska objekten (red. Pettersson 2004, s.223).

Vi har även jobbat mycket med riktning i både bild och text för att på så sätt hålla ihop uppslagen och främja läsriktningen.

# Metod och arbetsprocess

Vi har under arbetet med rapporten utgått från den forskningsprocess som används inom informationsdesign. Denna innehåller sju delprocesser:

PLANERING	1. Analys
	2. Projektplanering
HUVUDARBETE	3. Litteraturstudier
	4. Insamling av data
	5. Bearbetning av data
	6. Diskussion
SLUTFÖRANDE	7. Publicering

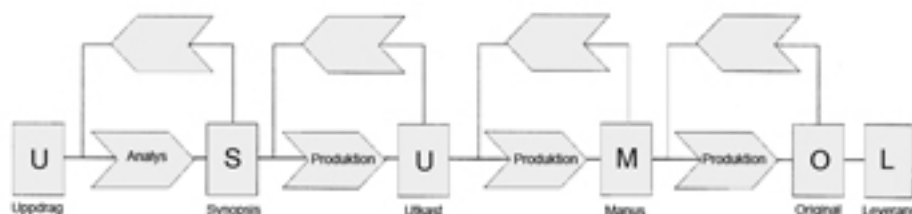


Process för forskning inom informationsdesign.

De sju delprocesserna i forskningsprocessen är: analys (1), projektplanering (2), litteraturstudier (3), insamling av data (4), bearbetning av data (5), tolkning och diskussion (6) samt publicering av den färdiga rapporten (7). (källa: Det gula häftet 2006, s. 13)

## Den kreativa informationsdesignprocessen

Skapandet av ett verbovisuell<sup>7</sup> budskap är en kreativ process (Pettersson 2002, s. 32). Därför har vi under framställandet av dansskolans informationsmaterial hela tiden arbetat utifrån *den kreativa informationsdesignprocessen*.



Den kreativa informationsdesignprocessen från uppdrag till leverans.

Modellen ovan visar en arbetsprocess för produktion av informationsmaterial. Denna modell innehåller fyra delprocesser: analys och synopsis, produktion av utkast, produktion av manus och produktion av original. Utrymmet för kreativitet är störst i början av processen.

(Källa: Pettersson 2002, s. 32)

### Informationsinsamling

Vi började vårt arbete med ett möte med vår uppdragsgivare. Då fick vi en tydligare uppgiftsbeskrivning samt äldre informationsmaterial om dansskolan. Dessa var det tänkt att vi skulle utgå ifrån, men då både vi och vår uppdragsgivare såg stora brister i detta material fick vi även söka vidare efter andra källor.

### Enkäter till lärarna

För att fånga de invidgas syn på de olika dansstilarna planerade vi att intervjua lärarna på dansskolan. Då många bor på annan ort och jobbar på flera olika dansskolor är de svåra att få tag på. Därför sammanställde vi istället en kort enkät (se bilaga I) där de kortfattat kunde beskriva dansstilarna som var och en lärde ut. Vi ville också att de skulle kommentera dansskolans tidigare informationsmaterial. Syftet med enkäterna var att vi ville hitta den känsla som var och en ville förmedla med sin dans, med allt från text till bild och form.

Tyvärr var utdelningen av enkäterna inte särskilt stor då ett lov på skolan kom emellan. De synpunkter vi fick överensstämde dock till stor del med våra åsikter om den ursprungliga broschyren. De saknade bilder med rörelse och vissa texter passade inte in bland de andra. Dessa texter fokuserade mer på den historiska bakgrunden än om själva dansstilen.

### Insamling av textunderlag

Då det underlag vi fick tilldelat inte var tillräckligt fick vi söka efter andra källor. På uppdrag av vår uppdragsgivare sökte vi upp tre dansskolor på internet. Dessa

---

<sup>7</sup> Verbovisuell information: en starkt integrerad framställning av ord och bild i samverkan, samspel mellan ord och bild. Begreppet omfattar audivisuell information, lexivisuell information och multivisuell information. (källa: Pettersson 2003, s. 640)



dansskolor var Balettakademien (<http://www.balettakademien.se>), Danscenter (<http://www.danscenter.se>) och Marikas dansstudio (<http://www.marikas.se>). Från dessa hämtade vi grundläggande fakta om de olika dansstilarna och hämtade inspiration till fortsatt arbete.

Vi fortsatte arbetet med att söka efter specialdesignade teckensnitt på internet (<http://www.cooltext.com>, <http://www.abstractfonts.com>). Dessa ska efter en utprovning användas till rubrikerna i broschyren. Det är tänkt att varje enskild dansstil ska ha ett eget teckensnitt som symboliserar den specifika dansstilen.

### **Litteraturstudier**

För att stödja vårt fortsatta arbete studerade vi de olika principerna för god informationsdesign i flera olika böcker. Vi sökte även information om vad man tekniskt bör tänka på under framställandet av en trycksak.

## **Analys av tidigare informationsmaterial**

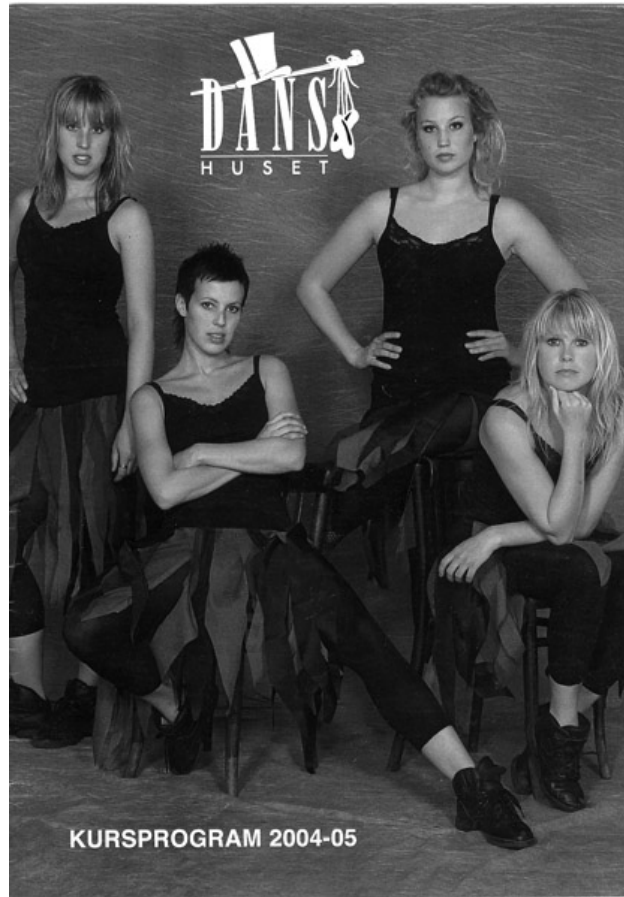
För att kunna producera ett så effektivt informationsmaterial som möjligt utifrån vår uppdragsgivares önskemål började vi arbetet med att gå igenom dansskolans tidigare material. Den första delen av analysen utförde vi tillsammans med vår uppdragsgivare. Detta för att hon ville att vi skulle utgå från det tidigare informationsmaterialet men samtidigt skapa något nytt.

Vår uppdragsgivare har sedan tidigare sett brister i informationsmaterialet men inte riktigt vetat hur hon skulle göra det bättre. Genom att föra en diskussion med henne om dessa brister samt bolla nya idéer fick vi fram ett klarare syfte med produktionen.

### **Analys av layout**

Vi fortsatte arbetet med en mer djupgående analys av de tidigare informationsmaterialen som har använts mellan 2002 och 2005. Dessa påminner mycket om varandra till utseendet med några få förändringar. Gemensamt för samtliga är dock att texten fått stå tillbaka till förmån för layouten. De grafiska objekten samspelar dock inte vilket ger ett rörigt och kompakt helhetsintryck. Genom att istället använda mycket luft skapar du en harmonisk och fungerande helhet (red. Pettersson 2004, s. 14).

Vår uppdragsgivare har haft många idéer under framställandet av detta informationsmaterial. Men hon har haft svårigheter med att få fram dessa idéer, vilket både vi och hon sett under analysen.



Utdrag från Danshusets kursprogram 2004/2005.

Bilden ovan är ett tydligt exempel på hur vår uppdragsgivare frångått den mall hon har använt sig av i de tidigare informationsmaterialen. Där har logotypen legat i det övre högra hörnet och tillsammans med texten skapat en asymmetrisk layout (red. Pettersson 2004, s. 204).

I det här informationsmaterialet anser vi att bilden fått ta överhanden och logotyp och text fått komma i andra hand. Det ser nästan ut som att dessa placerats ut där det funnits plats utan närmare eftertanke.

Frank menar att en inkonsekvent layout skapar obalans. När du jobbar med en layout är det viktigt att få de grafiska objekten att samverka så att innehållet inte tippas åt det ena eller det andra hållet (red. Pettersson 2004, s. 204).

### **Analys av text**

Textblocken består genomgående av långa meningar och rader. Det ger långa ögonrörelser och riskerar att läsaren tappar bort sig. Det bidrar även till en dålig läsrhythm och texten uppfattas som svårläst. Meningarna är dessutom onödigt krångliga och saknar målgruppsanpassning (red. Pettersson 2004, s. 213).

Inom informationsdesign är det viktigt att anpassa stilen på texten efter sin målgrupp för att uppnå den avsedda effekten med budskapet. Cassirer definierar stil på följande sätt:

*”Det sätt på vilket en talare eller skribent framställer ett visst innehåll och den effekt detta får är en bra beskrivning av vad vi brukar kalla stil” (2003, s. 32).*

Vidare menar Cassirer att syftet med den stilistiska utformningen av texten är att förstärka effekten genom att förtydliga innehållet och budskapet (2003, s. 19). I det här informationsmaterialet syns det tydligt att texterna har olika författare och därmed olika stil och ordval. I vissa textblock handlar det om historiken bakom dansstilen medan andra textblock endast beskriver hur dansklassen är uppbyggd.

Självklart går det bra att använda sig av flera olika författare i en skrift men då är det viktigt att använda sig av en språkprofil<sup>8</sup> så att de olika styckena samspelar. Det är även bra att ha en ansvarig redaktör som sammanställer det skriftliga materialet till en helhet innan publiceringen (muntl. Schultz, 2005-12-07).

### **Analys av bildval**

De flesta bilderna i det tidigare informationsmaterialet är inramade och ger ett stelt och begränsat intryck. Dock är det en salig blandning av olika typer av bilder med allt från porträttbilder på lärarna till suddiga bilder bakom textblocken.

Ambitionerna har hela tiden varit att förmedla rörelse i bildspråket. Dock anser hon själv att det varit svårt att få fram sådana bilder då det brustit i kommunikationen med fotografen. Vi anser dock att det finns bilder som uppnår syftet, men dessa är placerade som suddiga bakgrundsbilder och kommer därför inte till sin fulla rätt.

Bildriktningen i informationsmaterialet är genomgående koncentrerad till de enskilda sidorna istället för uppslagen. Enligt Nilsson (1996, s. 60) är en tumregel att bilder på ett uppslag ska riktas in mot mitten, detta för att hålla ihop uppslaget.


---

<sup>8</sup> En språkprofil är en mall för hur man skriver en given text. En språkprofil kan till exempel innehålla angivelser för termer och begrepp, tempus och stil (källa: muntl. Schultz, 2005-12-07).

## Analys av enskilt uppslag

**BARNDANS**  
Här får barnen utlopp för sin rörelse- och dansglädje. I barndansen tränas den motoriska förmågan, kropps- och rumsuppfattning liksom känslan för rytm och musik. Barnen tränas i att fungera i grupp och följa lärarens instruktioner. I barndansen läggs grunden för fortsatt dans.


Lörd. 10.00–10.30	Barndans 4–5 år	Mihkel Kivilaan
Lörd. 10.30–11.15	Barndans 5–6 år	Mihkel Kivilaan
Lörd. 11.15–12.00	Barndans 6–7 år	Mihkel Kivilaan



1.

**BALETT**  
Den klassiska baletten har sina rötter sedan mer än 400 år tillbaka i tiden. De ursprungliga dansstegen härstammar från folkliga danser. Tekniken bygger på kroppens upprätta hållning från höfterna och en strävan mot höjd och lätthet i rörelserna.

Lörd. 12.30–13.15	7-9 år Nyb.	Mihkel Kivilaan
Lörd. 13.15–14.15	9-11 år Forts.	Mihkel Kivilaan
Torsd. 19.15–20.45	Ungd. fr. 14 år Mellan	Anna-Karin Fredriksson
Lörd. 14.15–15.15	Ungd. fr. 16 år Grundläggande	Mihkel Kivilaan



2.

**FLAMENCO!**  
Flamencón har sitt ursprung i Spanien. Det viktigaste och mest grundläggande för Flamencón är rytmen, som tillsammans med dansen, gitarren och sången uttrycker allt från djupaste sorg till största glädje. Det är en stolt och egensinnig konstform, som lämnar stort utrymme för utövarens personligheter.  
Lärare: Anna-Karin Fredriksson

Intresseanmälan: Dag och tid meddelas senare.

3.

4.

Utdrag från Danshusets kursprogram 2003/2004.

1. De tydligt inramade bilderna hackar upp layouten och skapar obalans. Den svarta ramen skapar en tydlig gräns och distanserar text och bild och går därmed emot hennes syfte med broschyren.

*”Informationsbildens ytterform bör vara fri, rund eller oval och bör inte vara begränsad av räta linjer. Bildens ytterkontur kan vara otydlig, diffus, så att bilden tonar ut/in mot bakgrunden, och inte tydlig, så att bilden är skarpt avgränsad från bakgrunden.”* (Pettersson, red. Pettersson 2004, s. 13).

Självklart är det inte fel att använda inramade bilder när det passar syftet. Men då är det extra viktigt att skapa balans mellan de olika grafiska objekten. I det här fallet hade det varit bättre att lägga bilderna så att de mer tydligt hör ihop med sin text. Förslagsvis kunde schemat placeras jämnt med bildens underkant. På så sätt grupperas de olika styckena och informationen får bättre läsbarhet.

Nilsson (1996, s. 59) menar att det är viktigt att utnyttja de osynliga linjerna för att gruppera i en layout. Med det menar han att de olika grafiska objekten som rubrik, brödtext och bilder ska linjera med varandra i över-, under- eller sidokant. Vidare menar Nilsson att en layout utan linjeringar kan uppfattas som rörig och obalanserad, medan en layout med för många linjeringar kan uppfattas fyrkantig och statisk. Därför är det viktigt att hitta en bra balans där emellan.

2. Textblocken innehåller genomgående långa rader och meningar. Raderna innehåller i genomsnitt 65 tecken vilket enligt Frank (red. Pettersson 2004, s. 213) är för långt. Det bidrar till att läsaren lätt tappar bort sig och har svårt att ta till sig informationen.

Vänsterjustering är vanligt i informationssammanhang då den raka vänsterkanten ger en bra och tydlig start på raderna. I vissa sammanhang ger dock den ojämna högerkanten ett rörigt intryck (red. Pettersson 2004, s. 209). I vårt material är raderna olika långa utan ett tydligt syfte. Radbrytningarna är även de inkonsekventa vilket bidrar till att layouten ger ett rörigt intryck.

*”...det är situationen som avgör vilken variant som lämpar sig bäst till just detta tillfälle och denna text”* (Frank, red. Pettersson 2004, s. 209)

3. Att en kurs inte har ett spikat datum innan tryck borde inte vara det viktigaste på sidan. Genom att typografera denna rad med stor teckengrad samt göra den i fet stil sänder fel signaler till mottagaren. Det signalerar att det är det viktigaste på sidan och drar till sig blickar och önskad uppmärksamhet.

Meningen *”Intresseanmälan: Dag och tid meddelas senare”* innehåller syftningsfel och lämnar utrymme hos mottagaren att göra sin egen tolkning. Det bidrar till att informationen kan gå förlorad. Mottagarens tidigare erfarenheter är av stor vikt när denne tolkar information (red. Pettersson 2004, s. 212). Därför är det viktigt att vara tydlig och inte lämna utrymme för feltolkningar.

4. Utropstecken ska enligt Svenska språknämnden (2002, s. 143) användas ”...som avslutning på utrop, uppmaningar, önskingar, tilltal, hälsningar och liknande.”

I det här sammanhanget känns det överflödigt och obefogat med ett utropstecken. Det tillför dessutom inte rubriken någonting och bidrar till att layouten och typografin känns inkonsekvent.

## Informationsmaterialets utformning

Vår uppdragsgivare vill skapa något nytt och har därför gett oss fria händer vid framställandet av informationsmaterialet. Vi har därmed inte haft någon grafisk profil<sup>9</sup> att rätta oss efter.

Vid vår ursprungliga uppgiftsbeskrivning skulle vi även ha med utförliga uppgifter om lärare, dag och tid vid de olika dansstilarna. Då vår uppdragsgivare inte har dessa uppgifter klara samt att hon ska kunna använda sig av samma material längre fram i tiden har vi valt att lägga dessa uppgifter separat. Detta kommer dock inte att kunna färdigställas förrän sommaren 2006.

### Företagets logotyp

Vid vårt första möte med vår uppdragsgivare pratade hon om att byta ut företagets logotyp. Vi diskuterade detta men kom fram till att det kunde innebära en stor risk. Då hon har haft samma logotyp sedan starten 1990 ansåg vi att den har för stort igenkänningsvärde för dansskolan för att kunna bytas ut. Logotypen kännetecknar dansskolan och är något som mottagaren kan identifiera och associera till (muntl. Frank, 2005-05-19). Logotypen harmoniserar med företagets affärsidé och är unik för Danshuset. Vi har därför lämnat den orörd.

Logotypen återfinns dock i både svart och vitt för att på bästa sätt skapa kontraster mot bakgrunden. Logotypen har funnits i båda dessa färger under åren vilket gör att vi anser att båda varianterna förknippas med dansskolan.

### Broschyr

Danshusets tidigare broschyrer har enligt vår analys förmedlat ett stelt intryck i både text och bild. Vi vill försöka frångå det stela intrycket och istället skapa en känsla av rörelse.

---

<sup>9</sup> Enligt [http://sv.wikipedia.org/wiki/Grafisk\\_profil](http://sv.wikipedia.org/wiki/Grafisk_profil) (2006-05-04) är definitionen ”En grafisk profil är, inom exempelvis ett företag eller en organisation, den eller de regler som beskriver exempelvis användandet av företagets eller organisationens logotyp samt vilka färger och teckensnitt som ska användas i de trycksaker företaget eller organisationen producerar.

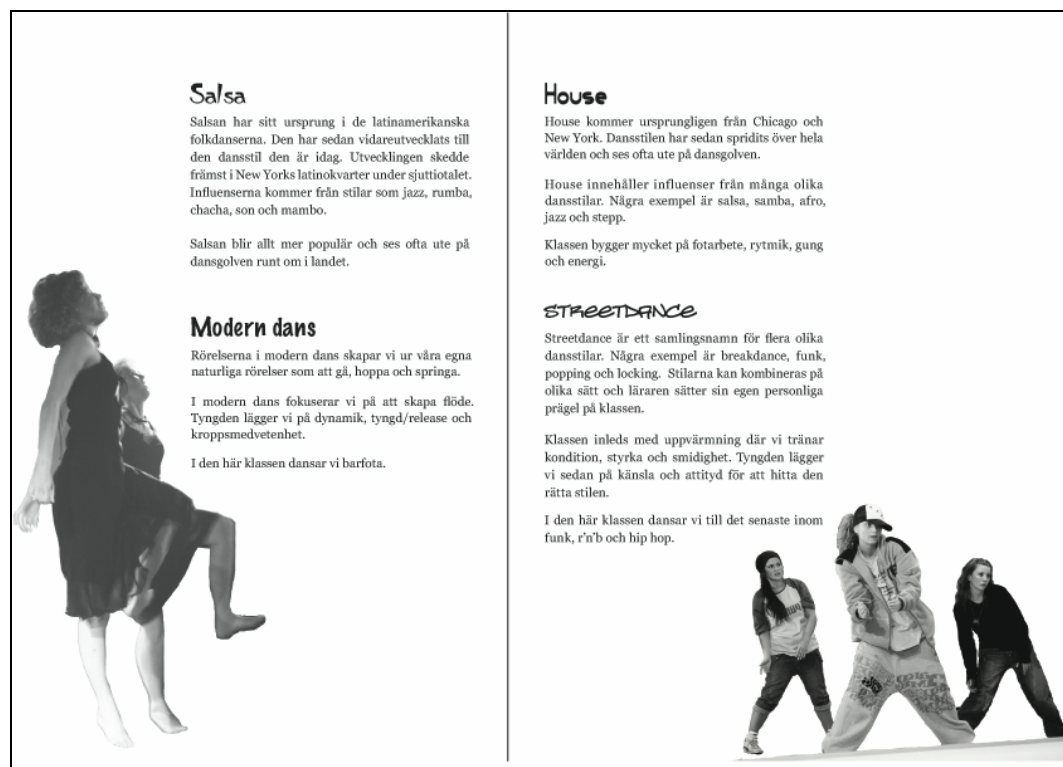
Anledningen till användandet av grafiska profiler är i huvudsak att ge ett unisont användande av de bilder och texter som representerar organisationen och fungerar som dess ansikte utåt.”

Broschyren vi tagit fram är i stående A5-format. Det kan verka intetsägande med ett sådant vanligt format men i en broschyr med mycket text främjar det en god läsrörelse (red. Pettersson 2004, s. 206-207). Genom att använda oss av ett standardformat och endast ha omslaget i färg håller vi även tryckkostnaden nere (red. Pettersson 2004, s. 205).

## Textutformning

Vi har genomgående jobbat med korta och kärnfulla meningar. Språket är enkelt och konsekvent, och är anpassat till vår breda målgrupp (Stalfelt 1992, s.11-15).

Radlängden i de tidigare broschyrerna var både långa och inkonsekventa över uppslagen. Vi fick känslan av att texten fick stå tillbaka till fördel för bild och layout. Det främjade dock inte läsbarheten då uppslagen istället upplevs som röriga. Vi har i vårt arbete lagt tyngdpunkten på textutformningen. Detta för att vi anser texten vara en lika stor informationsbärare som bilden i en lexivisuell<sup>10</sup> produkt.



Uppslag från vår slutliga version av broschyren

Vi har anpassat radlängden i broschyren till vad som anses vara god läsbarhet. Den ska då enligt Frank (red. Pettersson 2004, s.213) bestå av 40 - 55 tecken. Vi har dock anpassat radlängderna till varje enskild sida för att skapa en dynamisk och luftig layout. Texten är marginaljusterad med sista raden vänsterställd. Det bidrar till att separera text och bild på ett effektivt sätt utan att skapa distans mellan text- och bildblocken (red. Pettersson 2004, s. 218).

<sup>10</sup> Lexivisuell, om grafisk framställning där text och bild samverkar för att ge effektiv information. (Ander 2003, s. 27)

Vi har använt oss av antikvan Georgia i brödtexten. Vi har låtit brödtexten vara i samma teckensnitt genom hela broschyren för att skapa enhetlighet. Rubrikerna är i olika teckensnitt för att på bästa sätt passa sammanhanget.

Vi har genomgående använt oss av svart text på vit bakgrund för att främja god läslighet (muntl. Frank, 2003-11-13). Då broschyren innehåller svart/vita bilder har vi redan under förarbetet anpassat färgen på text och bild till varandra.

### **Bildval**

Tanken var först att en fotograf skulle komma till dansskolan för att ta nya bilder på dansarna. Men då tiden blev knapp fick vi istället gå igenom äldre bilder från Danshusets föreställningar.

Vi har använt oss av frilagda bilder genom hela broschyren. Dessa ger enligt Frank (red. Pettersson 2004, s. 222) en livlig och dramatisk formgivning. Vi anser även att det smälter in bättre i layouten och hjälper till att förmedla uttryck, rörelse och dansglädje.

Vi har genomgående valt bilder som samspelar med texten. Dessa är asymmetriskt placerade och har sin givna plats i anslutning till texten. Vi anser inte att text och bild ska behöva konkurrera om utrymmet i en layout.

Vår uppdragsgivare vill lägga fokus på barndans och show. Därför har vi valt att lägga bilder av dessa på omslaget. Barnen på baksidan återfinns även på första sidan i broschyren. Dessa bilder är vända åt olika håll för att skapa rörelse och främja läsriktningen. På baksidan dansar barnen tillbaka in i broschyren och inuti dansar de vidare in mot texten om barndans.



baksida

framsida

Omslag till vår slutliga version av broschyren.



## Pappersval

Papperskvalitén i broschyren är en viktig del av känslan vi vill förmedla. Men det måste även anpassas till situationen. Ett glansigt papper kan blända ögat och gör därmed texten svårsläst (Nilsson 1996, s. 24). Därför har vi valt ett halvblankt, lite kraftigare papper som ger en exklusiv känsla utan att försämra läsligheten.

Ett behandlat papper står även emot fukt och smuts bättre än ett obehandlat papper vilket anpassar produkten till flera olika miljöer och ökar livslängden. Då broschyren kommer att distribueras på många olika sätt är det extra viktigt att den är hållbar och slitstark. Genom att använda kraftigare papper undviker vi även att texten lyser igenom (muntl. Frank, 2003-11-13).

## Affisch

Danshuset har vid varje vårtermins slut en föreställning på Västerås Teater. I år fyller Danshuset 15 år och kommer att fira detta med en jubileumsföreställning. Vi har därför tagit fram en affisch som ska informera om föreställningen.



Den slutliga versionen av vår affisch.

## Bildval

Vår uppdragsgivare hade redan en någorlunda klar bild av hur affischen skulle se ut. Hon ville ha en dramatisk bild som skulle skapa scenkänsla. Hon ville även lägga tyngdpunkten på show.

Vi valde i samråd med vår uppdragsgivare en bild från en showjazzgrupp. Vi ansåg att dessa dansare framhäver den attityd som dansskolan vill förmedla.

## Utformning

Vi har genomgående använt oss av olika versioner av teckensnittet Myriad Pro. Detta för att skapa kontrast mellan de olika textblocken utan att ta för mycket uppmärksamhet från bilden.

Vi har valt att använda vit text för att skapa en effektiv kontrast till den mörka bakgrunden. Man ska dock vara försiktig i användandet av negativ text då det försämrar läsligheten. Frank (red. Pettersson 2004, s. 229) menar att det kan passa i vissa sammanhang och det kan då förstärka innehållet. I layoutarbetet har vi sedan jobbat med bildriktningen för att främja en god läsriktning.

Slutresultatet blev en affisch i fyrfärg i två olika standardformat, en stående A4 samt en stående A3.

## Utprovning

I *den kreativa informationsdesignprocessen* lämnas utrymme för återkoppling efter varje utfört moment. Genom att utföra dessa minskar risken för fel och kostsamma korrigeringar senare under arbetet (Pettersson 2002, s. 32).

Vi har därför under arbetets gång utfört flera olika utprovningar. Vi har dels provat ut materialet på en del av målgruppen men även på danslärarna. Detta för att även få de invigdas åsikter på materialet samt deras faktagranskning.

Dessutom har vi hela tiden fått kontinuerlig återkoppling från vår uppdragsgivare samt handledare.

## Stilprover

För att få mer rörelse och känsla inuti broschyren ville vi ha iögonfallande rubriker. Vi letade därför efter specialdesignade teckensnitt på internet (<http://www.cooltext.com>, <http://www.abstractfonts.com>). Vi valde därifrån ut ett teckensnitt till varje enskild dansstil som vi tycker symboliserar just den stilen. Vi skrev sedan ner alla dansstilar med samtliga teckensnitt (se bilaga II).

## Genomförande av utprovning på stilprover

Vi utförde utprovningen av stilproverna på dansskolan Danshuset i Västerås. Vi valde testpersoner från två olika dansklasser för att få större spridning och täcka in en större del av målgruppen. Dessa två dansklasser var jazzdans och salsa där eleverna var mellan 12 och 35 år. Av dessa testpersoner var fem manliga och sex kvinnliga.

Testpersonerna fick var sitt papper med de olika teckensnitten och ombads sedan ringa in det alternativ de ansåg passade bäst till respektive dansstil.

## Resultat

Resultatet av utprovningen blev jämnt och överensstämde till stor del med våra åsikter. Sju av testpersonerna hade genomgående gjort samma val som oss. Hos de övriga fyra skilde det sig på enstaka dansstilar.

Vi fick även en del kommentarer om varför de gjort det specifika valet. Teckensnittet de flesta valde till barndans gav en av testpersonerna associationer till de bokstäver som brukar sitta på barndörrar. Teckensnittet de flesta valde till salsa tyckte två av testpersonerna påminde om salsaklubbars stilval. Samtliga testpersoner valde samma teckensnitt till streetdance då detta gav associationer till graffiti och gatukultur.

## **Text och layout**

Vi har genomfört utprovningar i flera omgångar under arbetets gång. Dessa har utförts både på texten och på layouten. Dels på texten för att se om målgruppen förstår den och dels på helheten för att se att text, bild och form samspelar. Samspelet mellan de olika uttrycksformerna ger ökad förståelse och mer lättillgänglig information (Ander 2003, s. 26).

### **Genomförande av utprovning på text**

Vi har utfört två utprovningar på texten under arbetets gång. Båda utprovningarna har genomförts på liknande sätt på dansskolan Danshuset i Västerås. Testgruppen bestod båda gångerna av två lärare och åtta elever på dansskolan och var anpassade efter vår målgrupp.

Med textutprovningen ville vi testa förståelsen, lärarna stod även för faktagranskning. Var och en fick ett exemplar av texten och skrev sedan ner kommentarer. För de som hade tid att stanna kvar fanns vi även till hands om de hade kompletterande frågor.

Den första utprovningen genomfördes mellan två dansklasser för att få bättre spridning i testgruppen. Dessa två dansklasser var balett och showjazz, eleverna här var mellan 10 och 18 år. Av dessa testpersoner var tre manliga och sju kvinnliga.

Den andra utprovningen utfördes på samma sätt men mellan andra dansklasser. Dessa dansklasser var streetdance och modern dans, eleverna i dessa grupper var mellan 12 och 30 år. Av dessa testpersoner var fyra manliga och sex kvinnliga.

### **Resultat och korrigerig**

Vid första utprovningen anmärktes det på vissa ord och uttryck som var svåra att förstå. Detta har vi åtgärdat genom att byta ut vissa ord eller använda en mer förklarande text. Orden vi inte bytte ut var erkända danstermer som kunde göras tillgängliga genom en förklaring.

Vid den andra utprovningen använde vi oss av nya testpersoner. Dessa hade enbart små synpunkter som inte berörde förståelsen. Faktagranskningen gav positivt resultat vid båda utprovningarna.

### **Genomförande av utprovning på layout**

Vi har utfört två utprovningar på layouten. Båda utprovningarna har genomförts på dansskolan Danshuset i Västerås. Testgruppen bestod av lärare och elever på dansskolan och var anpassade efter vår målgrupp. Utprovningarna utfördes mellan samma dansklasser som vid textutprovningen men testpersonerna skiljde sig något. Könsfördelningen var dock densamma.

Med utprovningen på layouten ville vi testa samspelet mellan text, bild och layout. Vi har vid båda tillfällena suttit i två skilda grupper och diskuterat innehållet. På så sätt kunde vi ställa följdfrågor utan att för den skull leda diskussionen. Genom att dela upp testpersonerna i två skilda grupper undvek vi även allt för färgade åsikter.

### **Resultat och korrigerings**

Vid den första utprovningen anmärktes det på att två av bilderna gav ett svårt intryck. En av dessa bilder tippade även åt vänster in mot texten. Vissa av testpersonerna efterfrågade även bilder till samtliga dansstilar. Helhetsintrycket fick positivt respons.

Inför den andra utprovningen hade vår uppdragsgivare gett oss kompletterande uppgifter som hon ville ha in i broschyren och en sida fick därför göras om. Vi hade även justerat bilderna. Testpersonerna hade endast enstaka synpunkter denna gång som inte berörde helheten.

### **Affisch**

Utprovningen på affischen utfördes enligt modellen ”*quick and dirty*”. Modellen innebär att man utför en snabb utprovning med få testpersoner, vilket är bättre än ingen utprovning alls (muntl. Porathe, 2005-12-15).

Då vi hade ont om tid innan affischen skulle gå till tryck fanns inte tid till någon mer omfattande utprovning.

### **Genomförande av utprovning**

Testgruppen bestod alltså endast av fyra lärare på dansskolan samt vår uppdragsgivare. Vi skickade över fem olika förslag på affischer till dansskolan. Dessa fick testgruppen till uppdrag att utvärdera och diskutera kring.

### **Resultat och korrigerings**

Kommentarerna vi fick var inte endast på formgivningen utan även på de fotade dansarnas positioner och felaktiga rörelser. De föredrog en bild på en affisch tillsammans med ett manér på en annan affisch. Utifrån dessa synpunkter skapade vi en ny affisch. Den nya versionen av affischen fick sedan bra respons av testgruppen.

# Diskussion

Redan tidigt under arbetets gång kände vi att arbetet ibland snuddade in mot reklam. Inte för att vi inte var på det klara med att det var ett informationsmaterial vi skulle ta fram utan att gränsen däremellan tycks vara hårfin. Det fick oss att undra, var går egentligen gränsen mellan information och reklam?

## Övertalningsdesign

Pettersson (2003, s. 492) definierar reklam som en typ av informationsmaterial. Vidare menar han att en av skillnaderna mellan information och reklam är att målet med reklam är att sälja produkter och tjänster medan information har till uppgift att informera. Vi förväntar oss även att reklam är subjektiv och oneutral medan information automatiskt ses som objektivt och neutralt.

När man jobbar med reklam menar Pettersson att man använder sig av övertalningsdesign för att sälja in sitt budskap. Då jobbar man mycket med formspråket för att väcka uppmärksamhet. Vidare menar Pettersson att formspråket i informationssammanhang ska vara osynlig och inte ta uppmärksamheten ifrån innehållet (Pettersson 2001, s. 64).

Vi anser att formspråket inte nödvändigtvis behöver delas upp på detta sätt. Att dela dessa rakt av anser vi vara svårt då de överlappar varandra. Genom att jobba i denna gränsszon anser vi att man kan skapa effektivare information utan att det för den del blir reklam.

## Det tredje språket

Ander (2003, s. 42) menar att utvecklingen av det tredje språket gjort att gränsen mellan reklam och bruksanvisningar blivit allt mindre påtagligt. Informationsgrafik har tidigare varit exklusivt för informationssammanhang. Numera tänjs det på gränserna och det används i allt större utsträckning även i reklamsammanhang som till exempel i säljbroschyrer.

Vi anser att det är positivt att i vissa fall jobba över gränserna. Genom att använda varandras formspråk i valda sammanhang kan man förtydliga och förstärka budskapet och innehållet utan att för den skull frångå principerna för god informationsdesign.

## Expressiv formgivning

Frank (red. Pettersson 2004, s. 202) menar att du med en expressiv formgivning vill väcka uppmärksamhet och kommunicera med målgruppen på det emotionella planet. Där kan man vara lite mer frikostig med färg och typografi än i en traditionell informationsformgivning. Dock framhäver han vikten av att alltid formge med målgruppen i fokus.

I informationssammanhang menar han å andra sidan att formgivningen inte får dominera över innehållet. Även Frank anser att det inte finns några klara gränser

mellan de olika uttrycksformerna och det är därför viktigt att redan från början ha en klar bild av vad man vill uppnå.

## Text i informationsmaterial

Text uppbyggd enligt god textdesign är enligt Pettersson (2002, s. 59) enkel, direkt och välstrukturerad. Som skribent är det viktigt att du skriver mot din målgrupp och har ett klart syfte med din text.

I reklamsammanhang har texten oftast ett annat syfte än att informera. Skribenten har här som mål att sälja en produkt eller ett budskap. Detta innehåller ofta lösningen på ett problem som mottagaren kan tänkas ha. Texten ska påverka mottagaren att ta ett aktivt beslut.

Språket som används i reklamsammanhang är varierat och fullt av synonymer och tempoväxlingar. Texten är ofta utformad med språkelement som metaforer och slutknorrar (Bergström 2003, s. 144-145).

Vi anser att det finns en betydligt tydligare gräns mellan reklam och information när det gäller textutformning än när det gäller grafisk formgivning. En ren informationstext har inte som syfte att sälja eller propagera vilket tydligt skiljer den från reklamtexten (Bergström 2003, s. 144-145).

# Slutdiskussion

Genom att tillämpa principerna för god informationsdesign anser vi oss ha uppnått vårt syfte med arbetet. Syftet har varit att skapa ett tydligt och lättläst informationsmaterial som dessutom förmedlar rörelse och dansglädje. Utifrån syfte, situation och målgrupp har vi anpassat utformningen av informationsmaterialet för att på bästa sätt få fram känslan vi vill förmedla.

Under framställandet av ett informationsmaterial har vi haft stor användning av *den kreativa informationsdesignprocessen*. Modellen lämnar utrymme för återkoppling efter varje utfört moment vilket är viktigt att inte ignorera. Utprovas materialet kontinuerligt under arbetets gång minskar risken för fel och kostsamma korrigeringar.

Under vårt arbete har vi försökt besvara frågorna:

- Hur producerar vi ett tydligt och lättläst informationsmaterial enligt principerna för informationsdesign?
- Hur förmedlar vi rörelse genom text och bild?

Ett tydligt och lättläst informationsmaterial kräver en tydlig struktur och en väl genomarbetad layout. Text- och bildval måste därför noga anpassas för att uppnå syftet. Vi har jobbat med en tydlig struktur där de olika grafiska elementen samspelar. Texten är noga bearbetad för att uppnå sitt lättlästa syfte och radlängderna är anpassade till vad som anses vara god läsbarhet.

För att uppnå vårt syfte med att förmedla rörelse har vi gjort noggranna urval när det gäller text och bild. När det gäller texten har vi tagit fram olika rubrikteckensnitt som vi sedan utfört stilprover på. De som vi slutligen använt oss av associeras till den specifika dansstilen. När det gäller bilder har vi efter efterforskning genomgående använt oss av frilagda bilder då de skapar livlighet och dramatik. Vi har jobbat med läsriktning i både bild och text för att skapa en framåtrörelse.

Vi anser att vår formgivning är en produkt av god informationsdesign. Vi har i det här arbetet kombinerat principerna för en god informations- och dekorationslayout. Med det vill vi påvisa att det går att framställa ett informationsmaterial med ett tydligt budskap och innehåll samtidigt som det är estetiskt tilltalande.

# Källförteckning

## Skriftliga källor

- Ander, J-E. (2003). *Tredje språket, kommunikation med flera sinnen*. Värnamo: Arena.
- Bergström, B. (2003). *Effektiv visuell kommunikation*. Värnamo: Carlsson Bokförlag
- Cassirer, P. (2003). *Stil, stilistik & stilanalys*. Stockholm: Natur och Kultur.
- Fiske, J. (2003). *Kommunikationsteorier, en introduktion*. Uppsala: Almqvist & Wiksell.
- Nilsson, S. (1996). *Allt du bör tänka på när du gör trycksaker*. Malmö: Liber – Hermods AB.
- Pettersson, R mfl. (2006). *Det gula häftet – Anvisningar och råd för examensarbete och C-uppsats i informationsdesign*.
- Pettersson, R (red). (2004). *Bild & form för informationsdesign*. Danmark: Studentlitteratur.
- Pettersson, R (2003). *Ord, bild & form – termer och begrepp inom informationsdesign*. Lund: Studentlitteratur.
- Pettersson, R. (2002). *Information Design, An Introduction*. Amsterdam; Philadelphia: John Benjamins Publishing Company.
- Pettersson, R. (2001). *Trovärdiga bilder*. Solna: Styrelsen för psykologiskt försvar. Rapport 180.
- Pettersson, R. (1998). *Information i informationsåldern*. Stockholm: Elanders Gotab.
- Stalfelt, S-O. (1992). *Skrivet och klart*. Örebro: Samspråk Förlags AB.
- Svenska skrivregler*, utgivna av Svenska språknämnden. (2002) Stockholm: Liber AB.

## Muntliga källor

- Frank, L. (2003-11-13). *Grafisk teknik*, Mälardalens högskola.
- Frank, L. (2005-05-19). *Semiotik – Visuell identitet*, Mälardalens högskola.
- Hindersson, B. (2005-05-12). *Morgondagens konsument*, Mälardalens högskola.
- Lagerholm, B. (2003-09-11). Mälardalens högskola.
- Porathe, T. (2005-12-15). *Utprovning och användarperspektiv*, Mälardalens högskola.
- Schultz, K. (2005-12-07). *Introduktion till att planera och skriva*, Mälardalens högskola.



## Elektroniska källor

<http://www.cooltext.com> (2006-04-11)

<http://www.abstractfonts.com> (2006-04-11)

<http://www.balettakademien.se> (2006-04-04)

<http://www.marikas.se> (2006-04-04)

<http://www.danscenter.se> (2006-04-04)

[http://sv.wikipedia.org/wiki/Grafisk\\_profil](http://sv.wikipedia.org/wiki/Grafisk_profil) (2006-05-04)

# Bilaga I: Enkät till lärare

Namn:

Vad undervisar du i?

Beskriv kort hur din klass/er är uppbyggd

Vad tycker du är viktigast att få fram i texten om din dansstil/ar?

Saknar du något i de tidigare broschyerna?

Övriga kommentarer

## Bilaga II: Stilprover

De rödmarkerade orden är de teckensnitt som de flesta föredrog vid utprovningen.

**Jazz** Jazz Jazz JAZZ  
Jazz Jazz Jazz

Barndans **Barndans** Barndans **Barndans**  
Barndans BARNDANS Barndans

HOUSE **House** **House** House  
House House House

Salsa

*Salsa*

SaLsa

Salsa

*Salsa*

SALSA

Salsa

BALETT

*Balett*

Balett

BaLett

*Balett*

Balett

Balett

Streetdance

Streetdance

Streetdance

*Streetdance*

*Streetdance*

STREETDANCE

Streetdance

Modern dans

*Modern dans*

Modern dans

MODERN DANS

Modern dans

Modern dans

*Modern dans*