

Presentasjonsdokument

INNHold

01

Bakgrunn om prosjektet
Prosjektet kort forklart.

02

Konseptforklaring:
Dynamiske identiteter,
Et visuelt eksperiment

03

Boken:
Dynamiske identiteter,
Et visuelt eksperiment

01

Bakgrunn om prosjektet

Bakgrunnen for dette prosjektet vokste frem på grunn av min nysgjerrighet, og interesse for *dynamiske visuelle identiteter*. Et tema det pr. dags dato finnes relativt lite utforskning rundt- og lite informasjon om. Målgruppen for prosjektet er studenter og lærere på design studiet, og designere og/eller design reachers, geografisk lokalisert i Oslo. Formålet med prosjektet er å utforske, eksperimentere og avdekke sannheter om dynamiske visuelle identiteter, gjennom å utføre et visuelt eksperiment. Kort fortalt skal det visuelle eksperimentet gjennom en iterativ prosess munne ut i ett dynamisk identitetssystem, med én norsk allmenngyldig formel. Prosjektet som helhet argumenterer for dynamiske visuelle identiteter, og fremviser en ny informasjonskilde om valgt tematikk.

02

Konseptforklaring

Konseptet *Dynamiske identiteter, et visuelt eksperiment*, handler om dynamiske visuelle identiteter. Konseptet viser gjennom et visuelt eksperiment, et allmenngyldig dynamisk identitetssystem, innen norsk kontekst. Demonstrering av identitetssystemet på seksten ulike eksisterende bedrifter, resulterer i en samling av dynamiske visuelle identiteter, laget med samme «oppskrift». Konseptet er inspirert av de seksten eksisterende bedriftene, men gjør ikke et forsøk på re-designing av deres profiler. Bedriftene brukes heller som inspirasjon, og eksempler på hvordan det dynamiske identitetssystemet er bygget opp, og kan visualiseres. Avansert og utforskende teoretisk og metodisk praktisering, former det dynamiske identitetssystemets komplekse oppbygging.

Utvalgte bedrifter



Kaféer:

Kaffebrenneriet
Starbucks
Godt Brød
Stockfleths

Klesbutikker:

Zara
Samsøe & Samsøe
Weekday
Mango

Museer:

Nobels Fredssenter
Astrup Fearnley Museet
Interkulturelt Museum
Nasjonalmuseet

Yoga Studioer:

Balance Pilates & Yoga
Studio
HiYoga
Puro Yoga
The Room

Research om bedrifter

Eksisterende bedrifter er gjort research på for å kartlegge de viktigste design- og kommunikasjonstrendene. Research om bedriftene har vært viktig å ha i bakhodet i utvikling av alle de seksten dynamiske visuelle identitetene.

KAFÈER

Fokus på kvalitet og tradisjon er fremtredende, sammen med karakteristiske logoer, gjerne med logoelementer. Profilfargene hvit, brun og svart er mye brukt, og lune stemningsbilder er med på å skape hyggelige atmosfærer.

KLESBUTIKKER

Det kommer tydelig frem at logoene gjenspeiler klærne og klesstilene i alle butikkene. Navnemerket er i fokus, og profilfargene svart, hvitt og grått er mye brukt. Samlet sett har alle bedriftene et nokså klassisk tidløst uttrykk.

MUSEER

Det ble tydeliggjort at fellestrekkene er symmetri, boksete oppsett og sans serif fonter i logoer. Videre er profilfargene bestående av svart, hvit og en annen profilfarge, og bilder generelt er i fokus.

YOGA STUDIOER

Særlig fire hovedtrekk kom tydelig frem. Det første er at fargene brun og grå blir brukt fremfor svart. Det andre er utvalgte profilfarger som har betydning for yoga praksisen. Det tredje er bruk av et tilleggselement i logoen sammen med navnetrekk. Det fjerde og siste, er bruk av harmoniske bilder.

Tallbasert
Bedriftsinnsikt

+

Morsekode

+

Morphological
box

=

Dynamisk identitetssystem

Tallbasert bedriftsinnsikt

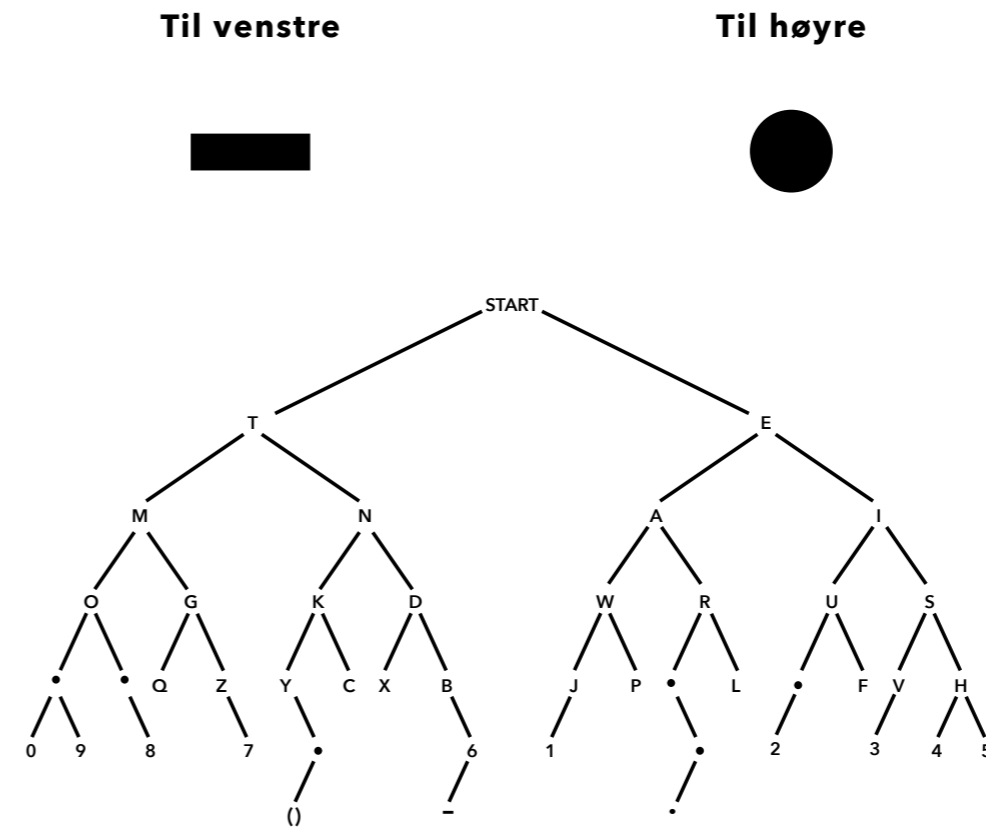
Tallbasert bedriftsinnsikt er hentet fra alle de seksten bedriftenes oppstartsår. Oppstartsårene har vært til stor inspirasjon for det dynamiske identitetssystemet, og tydeliggjort research for mitt visuelle eksperiment. Gjennom å ta i bruk årstall som er av stor betydning for bedrifter generelt, vil mitt dynamiske identitetssystem bygge på en stødig grunnpilar.

Kaffebrenneriet	1 9 9 4	Zara	1 9 7 4	Nobels Fredssenter	2 0 0 5	Balance Yoga & Pilates Studio	2 0 1 4
Starbucks	1 9 8 2	Samsøe & Samsøe	1 9 9 3	Astrup Fearnley Museet	1 9 9 3	HiYoga	2 0 1 6
Godt Brød	1 9 9 5	Weeday	2 0 0 8	Interkulturelt Museum	2 0 0 6	Puro Yoga	2 0 0 8
Stockfleths	1 9 7 3	Mango	1 9 8 4	Nasjonalmuseet	2 0 0 3	The Room	2 0 0 3

Morsekode

Et kodesystem, som vil brukes som en skriftlig metode for å kode de seksten bedriftenes oppstartsår om til morsetegn.

Morsekartet til høyre viser startpunktet. Til venstre er «dashes», og til høyre er «dots». Tallene er fokuset for det dynamiske identitetssystemet, og de befinner seg på de nederste radene. Skal man for eksempel komme seg fra start til tallet 0, beveger man seg fem streker til venstre. Altså er fem «dashes» morsekode for tallet 0.



Morsekode

Kaffebrenneriet 1 • — — — — —
 9 — — — — •
 9 — — — — •
 4 • • • • —

Zara 1 • — — — — —
 9 — — — — •
 7 — — • • •
 4 • • • • —

Nobels 2 • • — — — —
 Fredssenter 0 — — — — —
 0 — — — — —
 5 • • • • •

Balance Yoga & 2 • • — — — —
 Pilates Studio 0 — — — — —
 1 • — — — — —
 4 • • • • —

Etter at oppstartsårene er gjort om til morestegn, og «dashes» og «dots» adderes sammen, er fellesnevneren tallet 20.

Starbucks 1 • — — — — —
 9 — — — — •
 8 — — — • •
 2 • • — — — —

Samsøe & Samsøe 1 • — — — — —
 9 — — — — •
 9 — — — — •
 3 • • • — — —

Astrup Fearnley Museet 1 • — — — — —
 9 — — — — •
 9 — — — — •
 3 • • • — — —

HiYoga 2 • • — — — —
 0 — — — — —
 1 • — — — — —
 6 — • • • • •

Godt Brød 1 • — — — — —
 9 — — — — •
 9 — — — — •
 5 • • • • •

Weeday 2 • • — — — —
 0 — — — — —
 0 — — — — —
 8 — — — — • •

Interkulturelt Museum 2 • • — — — —
 0 — — — — —
 0 — — — — —
 6 — • • • • •

Puro Yoga 2 • • — — — —
 0 — — — — —
 0 — — — — —
 8 — — — — • •

Stockfleths 1 • — — — — —
 9 — — — — •
 7 — — — • •
 3 • • • — — —

Mango 1 • — — — — —
 9 — — — — •
 8 — — — — • •
 4 • • • • —

Nasjonalmuseet 2 • • — — — —
 0 — — — — —
 0 — — — — —
 3 • • • — — —

The Room 2 • • — — — —
 0 — — — — —
 0 — — — — —
 3 • • • — — —

Kaffebrenneriet • = 7 = 20
 — = 13

Zara • = 9 = 20
 — = 11

Nobels • = 7 = 20
 — = 13

Balance Yoga & Pilates Studio • = 7 = 20
 — = 13

Starbucks • = 6 = 20
 — = 14

Samsøe & Samsøe • = 6 = 20
 — = 14

Astrup Fearnley Museet • = 6 = 20
 — = 14

HiYoga • = 7 = 20
 — = 13

Godt Brød • = 8 = 20
 — = 12

Weekday • = 4 = 20
 — = 16

Interkulturelt Museum • = 6 = 20
 — = 14

Puro Yoga • = 4 = 20
 — = 16

Stockfleths • = 8 = 20
 — = 12

Mango • = 8 = 20
 — = 12

Nasjonalmuseet • = 5 = 20
 — = 15

The Room • = 5 = 20
 — = 15

Morphological box

En problemløsende metode for å strukturert finne en løsning på et problem. Denne metoden tar utgangspunkt i Fritz Zwicky, som utviklet *General Morphological Analysis*, og Karl Gerstner som videreutviklet Zwicky's prinsipper til å gjelde innen grafisk designfaget med sin *Morphological box of the typogram*.

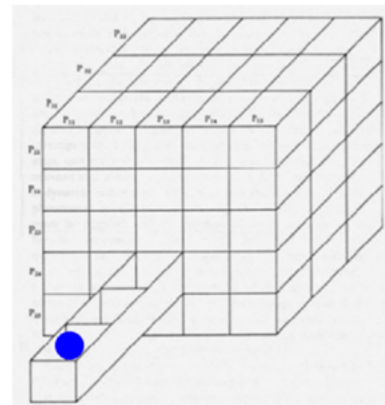


Figure 1a: 3-parameter "Zwicky Box" in typological format, containing 75 (5x5x3) cells (Zwicky, 1969).

Parameter 1	Parameter 2	Parameter 3
P1.1	P2.1	P3.1
P1.2	P2.2	P3.2
P1.3	P2.3	P3.3
P1.4	P2.4	
P1.5	P2.5	

Figure 1b: 3-parameter field in morphological format. (The blue configuration corresponds to the blue marked cell in Figure 1a.)

+

A. BASE					
1. Komponenter	11. Ord	12. Forkortelse	13. Ordgruppe	14. Kombinert	
2. Skriftsnitt	21. Sans-serif	22. Serif	23. Blackletter	24. En annen	25. Kombinert
3. Teknikk	31. Skrevet	32. Tegnet	33. Komposert	34. En annen	35. Kombinert
B. FARGE					
1. Verdi	11. Lys	12. Medium	13. Mørk	14. Kombinert	
2. Fargetone	21. Kromatisk	22. Akromatisk	23. Mikset	24. Kombinert	
C. UTSEENDE					
1. Størrelse	11. Liten	12. Medium	13. Stor	14. Kombinert	
2. Proporsjoner	21. Kondensert	22. Normal	23. Bred	24. Kombinert	
3. Vekt	31. Tynn	32. Regular	33. Bold	34. Kombinert	
4. Helling	41. Oppreist	42. Oblique	43. Kombinert		
C. UTTRYKK					
1. Retning	11. Fra venstre til høyre	12. Fra høyre til venstre	13. Fra bunn til topp	14. Noe annet	15. Kombinert
2. Avstand	21. Smal	22. Normal	23. Løs	24. Kombinert	
3. Form	31. Umodifisert	32. Mutlert	33. Projisert	34. Noe annet	35. Kombinert
4. Design	41. Umodifisert	42. Noe utelatt	43. Noe erstattet	44. Noe lagt til	45. Kombinert

«Zwicky boz» - Fritz Zwicky

Kilde: Swedish Morphological Society, 2012

Morphological box of the typogramme - Karl Gerstner

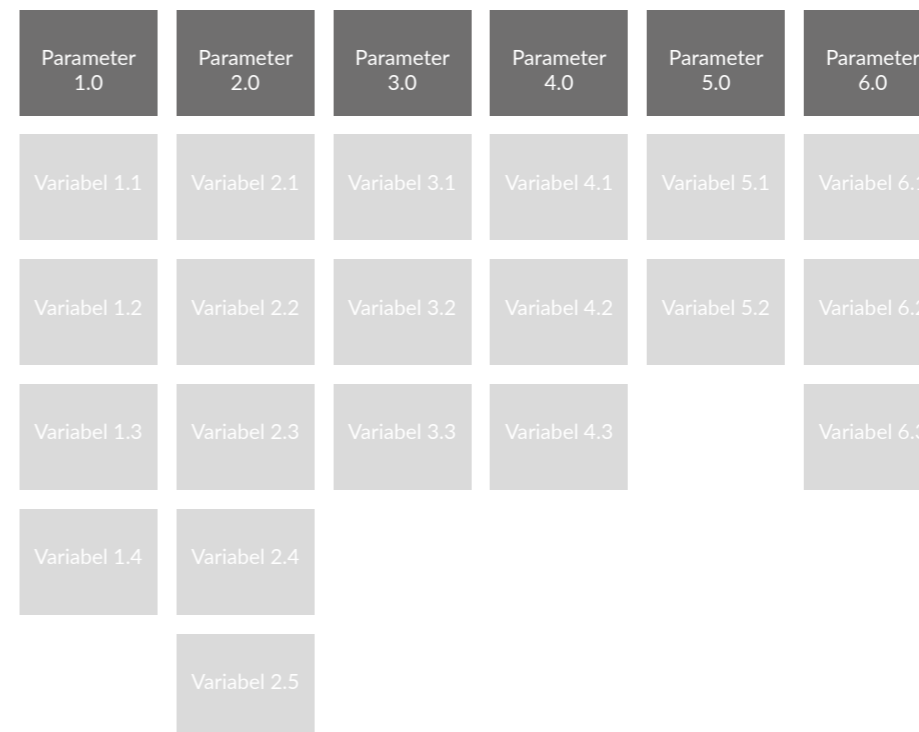
Kilde: Basert på Murdock, 2016. Oversatt & designet selv

Morphological box

Basert på morphological box, fellesnevneren; tallet 20 fra morsekoding, samt Irene van Nes sine seks komponenter for et identitetssystem (*logo, farge, typografi, grafisk element, bilde, språk*), er det laget et diagram. Diagrammet vil gjøre det mulig å designe flere ulike dynamiske visuelle identiteter, basert på samme «oppskrift». Diagrammet har seks parametere (mørkegrå felt), og 20 variabler (lysegråfelt). I arbeid med diagrammet velger man ut en variabel under hver av de seks parameterene.

Diagrammet til høyre har resulterende seks parametere og 20 variabler.

**Denne formelen gir:
 $4 \times 5 \times 3 \times 3 \times 2 \times 3 = 1080$
ulike kombinasjoner.**



Dynamisk identitetssystem

Tydeliggjøre diagrammet:

- Valg av bare bildemerke eller bare abstrakt merke, vil bety at disse merkene skal være det mest brukte/gjenkjennelige for bedriftens logo. Den dynamiske identiteten vil også inneholde et navnermerke, men dette vil ikke være fokuset.
- Når det gjelder fargene baserer de første tre variablene seg på Ittens Fargesirkel.
- Valg av typografi er én, to eller flere enn to fonter brukt i samme dynamiske visuelle identitet.
- Med indirekte og direkte språk, er direkte språk knyttet til for eksempel produktserier med et eget språk. Indirekte språk vil være mer indirekte formidlinger fra bedriftens side.

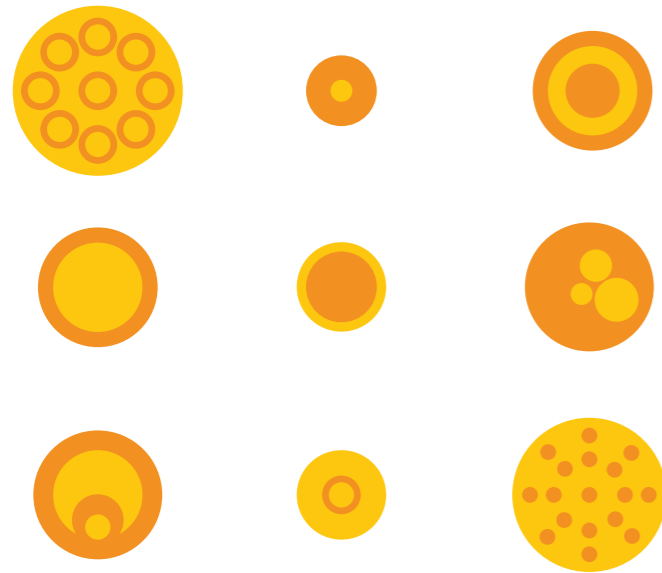
1.0 Logo	2.0 Farge	3.0 Typografi	4.0 Grafisk element	5.0 Bilde	6.0 Språk
1.1 Navnermerke	2.1 Primær	3.1 Entall	4.1 Mønster	5.1 Kromatisk	6.1 Direkte
1.2 Bildemerke	2.2 Sekundær	3.2 Totalt	4.2 Illustrert	5.2 Akromatisk	6.2 Indirekte
1.3 Abstrakt merke	2.3 Tertiær	3.3 Flertall	4.3 Geometri		6.3 Ingen
1.4 Kombinasjon	2.4 Akromatisk				
	2.5 Kombinasjon				

Variablene er valgt ut etter research, med et fokus på muligheter til utforskning.

NB: Kombinasjon vil si kombinasjon av to verdier listet under samme parameter.

Kaffebrenneriet

1.0 Logo	2.0 Farge	3.0 Typografi	4.0 Grafisk element	5.0 Bilde	6.0 Språk
1.1 Navnemerke	2.1 Primær	3.1 Entall	4.1 Mønster	5.1 Kromatisk	6.1 Direkte
1.2 Bildemerke	2.2 Sekundær	3.2 Totalt	4.2 Illustrert	5.2 Akromatisk	6.2 Indirekte
1.3 Abstrakt merke	2.3 Tertiær	3.3 Flertall	4.3 Geometri		6.3 Ingen
1.4 Kombinasjon	2.4 Akromatisk				
	2.5 Kombinasjon				

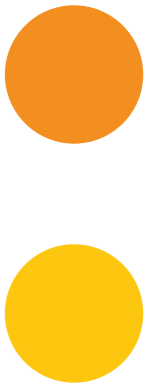


ABCDEFGH
 IJKLMNOPQR
 STUVWXYZÆØÅ
 0123456789

ABCDEFGH
 IJKLMNOPQR
 STUVWXYZÆØÅ
 0123456789

abcdefgh
 ijklmnopqr
 stuvwxyzæøå
 0123456789

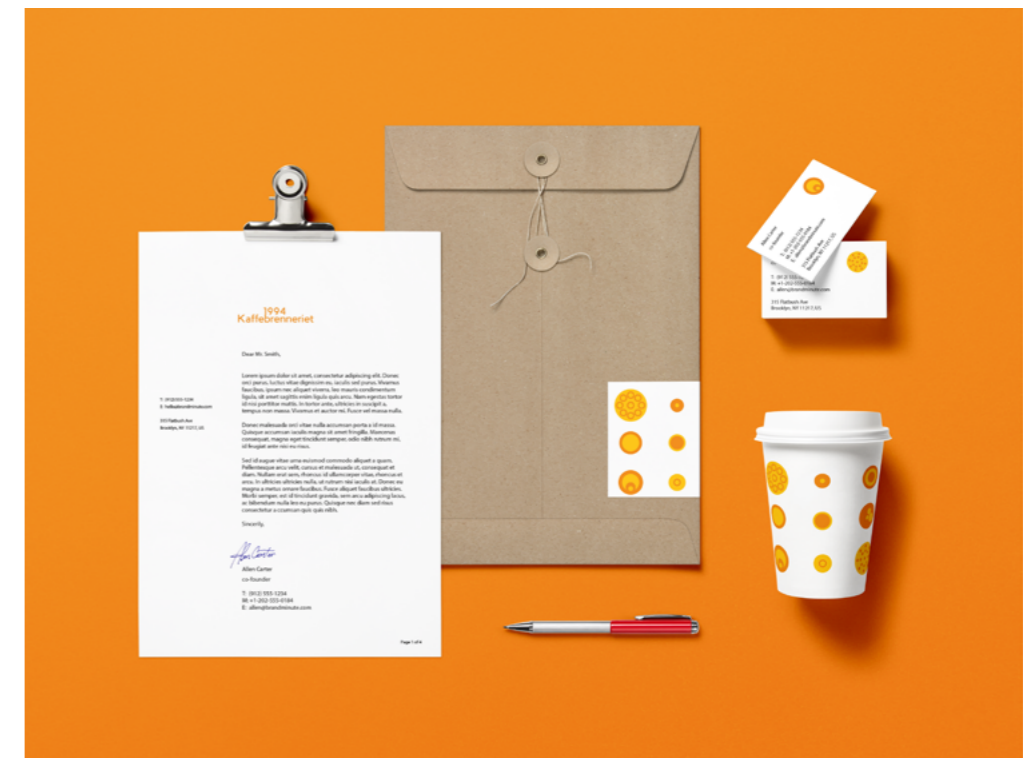
abcdefgh
 ijklmnopqr
 stuvwxyzæøå
 0123456789



1994 Kaffebrenneriet

KAFFEBRENNERIET

- Logo: Pier Sans Regular.
- Profilfarger: Orange og orange-gul.
- Typografi: Aktiv Grotesk Regular og Bold.
- Grafisk element: Geometriske abstraherte kaffekopper sett ovenifra.
- Bilde: Fargebilder med lune stemninger.
- Dynamisk element: Grafisk element



Starbucks

1.0 Logo	2.0 Farge	3.0 Typografi	4.0 Grafisk element	5.0 Bilde	6.0 Språk
1.1 Navnemerke	2.1 Primær	3.1 Entall	4.1 Mønster	5.1 Kromatisk	6.1 Direkte
1.2 Bildemerke	2.2 Sekundær	3.2 Totalt	4.2 Illustrert	5.2 Akromatisk	6.2 Indirekte
1.3 Abstrakt merke	2.3 Tertiær	3.3 Flertall	4.3 Geometri		6.3 Ingen
1.4 Kombinasjon	2.4 Akromatisk				
	2.5 Kombinasjon				

Kombinasjon: Akromatisk + Primær

STARBUCKS

Logo: Nexa Bold.

Profilfarger: Svart, hvit og gul.

Typografi: Helvetika Regular og Bold.

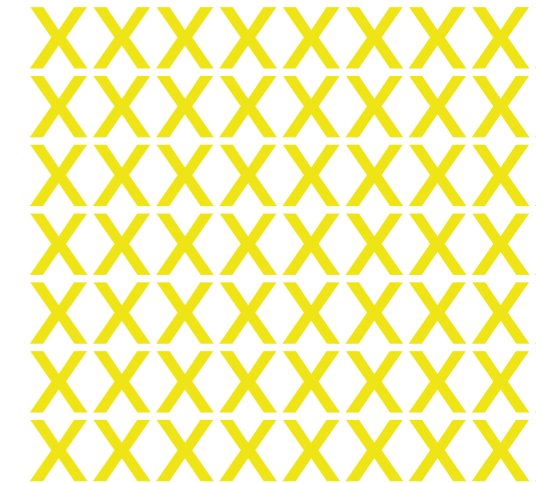
Grafisk element: X er fra logoens «x».

Bilde: Fargebilder.

Dynamisk element: Grafisk element.

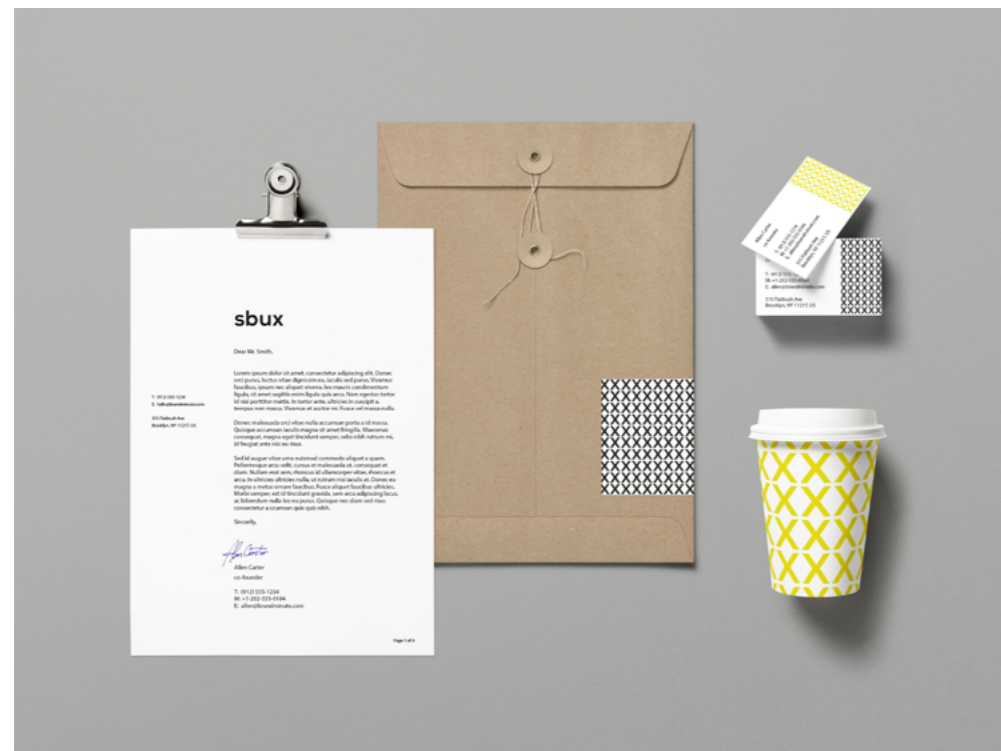
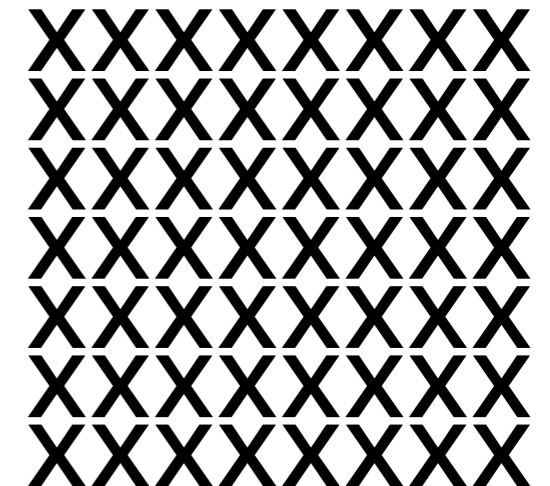


sbux



A B C D E F G H
I J K L M N O P Q R
S T U V W X Y Z Æ Ø Å
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

a b c d e f g h
i j k l m n o p q r
s t u v w x y z æ ø å
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9



Godt Brød

1.0 Logo	2.0 Farge	3.0 Typografi	4.0 Grafisk element	5.0 Bilde	6.0 Språk
1.1 Navnemerke	2.1 Primær	3.1 Entall	4.1 Mønster	5.1 Kromatisk	6.1 Direkte
1.2 Bildemerke	2.2 Sekundær	3.2 Totalt	4.2 Illustrert	5.2 Akromatisk	6.2 Indirekte
1.3 Abstrakt merke	2.3 Tertiær	3.3 Flertall	4.3 Geometri		6.3 Ingen
1.4 Kombinasjon	2.4 Akromatisk				
	2.5 Kombinasjon				



GODT Å CHILLE

GODT Å SPISE

GODT Å DRIKKE

#GODTÅSITTE

#GODTÅKOSE

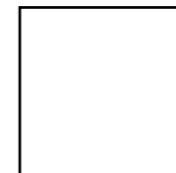
#GODTÅMUNCHE



GODT BRØD

abcdefghijklmnopqr
stuvwxyzæøå
0123456789

A B C D E F G H
I J K L M N O P Q R
S T U V W X Y Z Æ Ø Å
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9



GODT BRØD

Logo: Azo Sans Medium.

Profilfarger: Svart og hvit.

Typografi: Futura Medium.

Arial Regular og Black.

Grafisk element: Strek/strekt
rektangel sammen med typografi.

Bilde: Fargebilder.

Språk: «Godt å...» kan bedriften eller
kunden bestemme.

Dynamisk element: Språk.

Stockfleths

1.0 Logo	2.0 Farge	3.0 Typografi	4.0 Grafisk element	5.0 Bilde	6.0 Språk
1.1 Navnemerke	2.1 Primær	3.1 Entall	4.1 Mønster	5.1 Kromatisk	6.1 Direkte
1.2 Bildemerke	2.2 Sekundær	3.2 Totalt	4.2 Illustrert	5.2 Akromatisk	6.2 Indirekte
1.3 Abstrakt merke	2.3 Tertiær	3.3 Flertall	4.3 Geometri		6.3 Ingen
1.4 Kombinasjon	2.4 Akromatisk				
	2.5 Kombinasjon				

Kombinasjon: Akromatisk + Tertiær



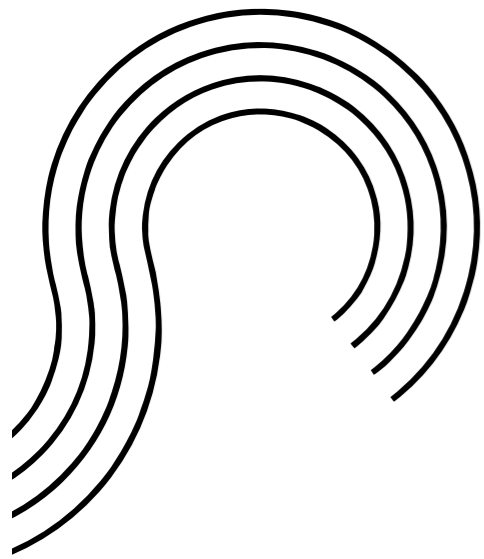
IN STOCK *jaranjai*

IN STOCK *asopep*

IN STOCK *gaitania*

IN STOCK *kathakwa*

IN STOCK *java Mocca*



STOCKFLETHS

Logo: Zebra Regular.

Profilfarger: Svart, hvit og fiolett blå.

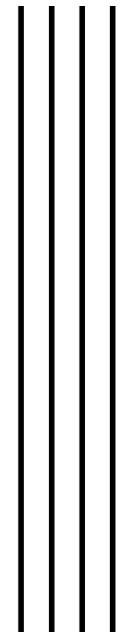
Typografi: Swansea Regular, Italic og Bold.

Grafisk element: Geometriske former basert på logoens font.

Bilde: Fargebilder.

Språk: «In Stock», en kaffeserie. Tatt fra logoens navn, og betyr «på lager».

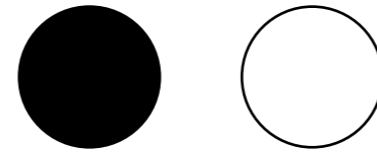
Dynamisk element: Grafisk element og språk.



Zara

1.0 Logo	2.0 Farge	3.0 Typografi	4.0 Grafisk element	5.0 Bilde	6.0 Språk
1.1 Navnemerke	2.1 Primær	3.1 Entall	4.1 Mønster	5.1 Kromatisk	6.1 Direkte
1.2 Bildemerke	2.2 Sekundær	3.2 Totalt	4.2 Illustrert	5.2 Akromatisk	6.2 Indirekte
1.3 Abstrakt merke	2.3 Tertiær	3.3 Flertall	4.3 Geometri		6.3 Ingen
1.4 Kombinasjon	2.4 Akromatisk				
	2.5 Kombinasjon				

Kombinasjon: Navnemerke + Bildemerke



abcdefgh
 ijklmnopqr
 stuvwxyzæøå
 0123456789

abcdefgh
 ijklmnopqr
 stuvwxyzæøå
 0123456789

ABCDEFGH
 IJKLMNOPQR
 STUVWXYZÆØÅ
 0123456789

ABCDEFGH
 IJKLMNOPQR
 STUVWXYZÆØÅ
 0123456789

ZARA

- Logo: Oxford Regular.
- Profilfarger: Svart og hvit.
- Typografi: Didot Bold og Avenir Book.
- Grafisk element: Blomster-illustrasjoner.
- Bilde: Fargebilder.
- Dynamisk element: Grafisk element.



Samsøe & Samsøe

1.0 Logo	2.0 Farge	3.0 Typografi	4.0 Grafisk element	5.0 Bilde	6.0 Språk
1.1 Navnemerke	2.1 Primær	3.1 Entall	4.1 Mønster	5.1 Kromatisk	6.1 Direkte
1.2 Bildemerke	2.2 Sekundær	3.2 Totalt	4.2 Illustrert	5.2 Akromatisk	6.2 Indirekte
1.3 Abstrakt merke	2.3 Tertiær	3.3 Flertall	4.3 Geometri		6.3 Ingen
1.4 Kombinasjon	2.4 Akromatisk				
	2.5 Kombinasjon				



ABCDEFGH
 IJKLMNOPQR
 STUVWXYZÆØÅ
 0123456789

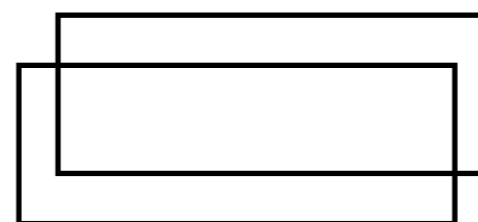
abcdefgh
 ijklmnopqr
 stuvwxyzæøå
 0123456789

ABCDEFGHIJ
KLMNOPQR
STUVWXYZÆØÅ
0123456789

abcdefgh
ijklmnopqr
stuvwxyzæøå
0123456789



SAMSØE
 SAMSØE
 SØSWVS



SAMSØE & SAMSØE

Logo: Abadi Condensed Light.

Profilfarger: Svart og hvit.

Typografi: Nexa Bold og Light.

Grafisk element: Geometrisk rektangel

som ramme for bilder og tekst.

Bilde: Fargebilder.

Dynamisk element: Grafisk element.

Weekday

1.0 Logo	2.0 Farge	3.0 Typografi	4.0 Grafisk element	5.0 Bilde	6.0 Språk
1.1 Navnemerke	2.1 Primær	3.1 Entall	4.1 Mønster	5.1 Kromatisk	6.1 Direkte
1.2 Bildemerke	2.2 Sekundær	3.2 Totalt	4.2 Illustrert	5.2 Akromatisk	6.2 Indirekte
1.3 Abstrakt merke	2.3 Tertiær	3.3 Flertall	4.3 Geometri		6.3 Ingen
1.4 Kombinasjon	2.4 Akromatisk				
	2.5 Kombinasjon				

Odipsam ipsum evernatur? Quatis ute
cus sus modipsae earchilignis magnat
ut labores et od endipsum quiandebit
fugitatus et ea dis mo doloreum eum
rendisci doluptatur maos qui dolup-
tatem volorrorem si de mi, vellatur?
Ugiam dolorat torupti repperfe rumquia
dent volorem. Et que nonseque et liqui.

MON.

ABCDEFGHIJ
KLMNOPQR
STUVWXYZÆØÅ
0123456789

abcdefgh
ijklmnopqr
stuvwxyzæøå
0123456789

ABCDEFGHIJ
KLMNOPQR
STUVWXYZÆØÅ
0123456789

abcdefgh
ijklmnopqr
stuvwxyzæøå
0123456789

**SUN.
MON.
TUE.
WED.
THU.
FRI.**



WEEKDAY

WEEKDAY

Logo: Nevis Bold.

Profilfarger: Blå.

Typografi: Helvetika Neue Regular og Bold.

Grafisk element: Rektangel i ulike størrelser, og kan brukes i alle 360 grader.

Bilde: Svart/hvitt bilder.

Språk: Ukedager, antrekk for ulike dager.

Dynamisk element: Grafisk element og språk



Mango

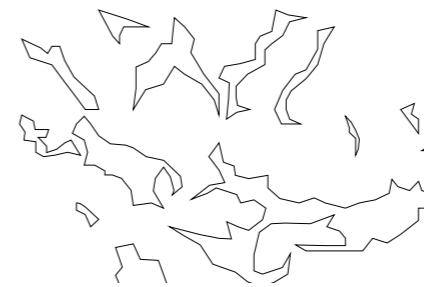
1.0 Logo	2.0 Farge	3.0 Typografi	4.0 Grafisk element	5.0 Bilde	6.0 Språk
1.1 Navnemerke	2.1 Primær	3.1 Entall	4.1 Mønster	5.1 Kromatisk	6.1 Direkte
1.2 Bildemerke	2.2 Sekundær	3.2 Totalt	4.2 Illustrert	5.2 Akromatisk	6.2 Indirekte
1.3 Abstrakt merke	2.3 Tertiær	3.3 Flertall	4.3 Geometri		6.3 Ingen
1.4 Kombinasjon	2.4 Akromatisk				
	2.5 Kombinasjon				

Kombinasjon: Navnemerke + Abstrakt merke



ABCDEF GH
IJKLMN OPQR
STUVWXY ZÆØÅ

abc defgh
ijk lmnopqr
stu vxyzæøå



0123456789
0123456789



MANGO

Logo: Modern no. 20 Regular.
Profilfarger: Svart og hvit.
Typografi: Athelas Regular og Bold.
Bodini 72 Book og Bold.
Grafisk element: Marmor illustrasjon.
Bilde: Fargebilder.
Dynamisk element: Grafisk element.

Nobels Fredssenter

1.0 Logo	2.0 Farge	3.0 Typografi	4.0 Grafisk element	5.0 Bilde	6.0 Språk
1.1 Navnemerke	2.1 Primær	3.1 Entall	4.1 Mønster	5.1 Kromatisk	6.1 Direkte
1.2 Bildemerke	2.2 Sekundær	3.2 Totalt	4.2 Illustrert	5.2 Akromatisk	6.2 Indirekte
1.3 Abstrakt merke	2.3 Tertiær	3.3 Flertall	4.3 Geometri		6.3 Ingen
1.4 Kombinasjon	2.4 Akromatisk				
	2.5 Kombinasjon				



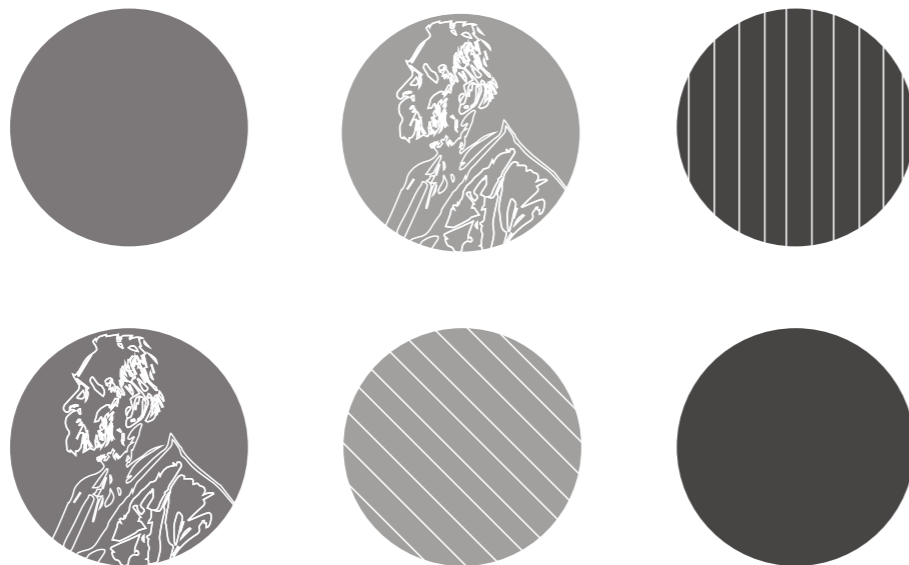
NOBELS FREDSSENTER

Logo: Kohinoor Bangle Medium.
Bildemerket med Alfred Nobel av-
bildet, skal fungere alene som logo.
Profilfarger: Svart og hvit.
Typografi: Corbel Regular og Bold.
Grafisk element: Illustrerte sirkler.
Bilde: Fargebilder.
Dynamisk element: Grafisk element.

Nobels Fredssenter
PeaceCenter

ABCDEFGHIJ
KLMNOPQR
STUVWXYZÆØÅ
0123456789

abcdefgh
ijklmnopqr
stuvwxyzæøå
0123456789



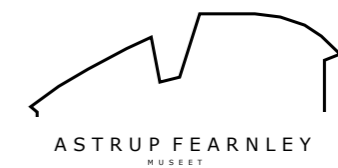
Astrup Fearnley museet

1.0 Logo	2.0 Farge	3.0 Typografi	4.0 Grafisk element	5.0 Bilde	6.0 Språk
1.1 Navnemerke	2.1 Primær	3.1 Entall	4.1 Mønster	5.1 Kromatisk	6.1 Direkte
1.2 Bildemerke	2.2 Sekundær	3.2 Totalt	4.2 Illustrert	5.2 Akromatisk	6.2 Indirekte
1.3 Abstrakt merke	2.3 Tertiær	3.3 Flertall	4.3 Geometri		6.3 Ingen
1.4 Kombinasjon	2.4 Akromatisk				
	2.5 Kombinasjon				

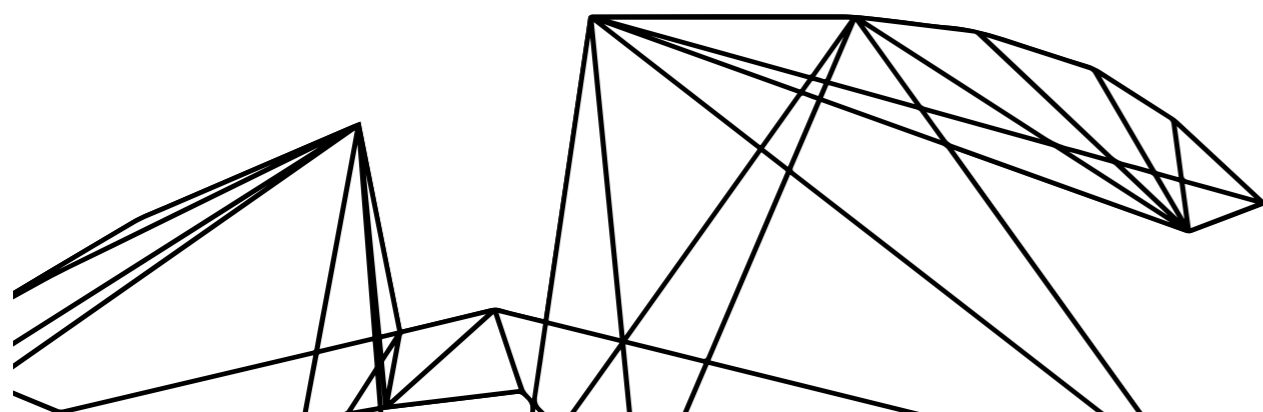
Kombinasjon: Navnemerke + Bildemerke



**A B C D E F G H
I J K L M N O P Q R
S T U V W X Y Z Æ Ø Å
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9**



abcdefghijklmnop
stuvwxyzæøå
0123456789



ASTRUP FEARNLEY MUSEET

Logo: Verdana Regular.

Logoelement abstrahert museumsbygg.

Profilfarger: Svart og hvit.

Typografi: Avenir Book og Black.

Grafisk element: Illustrert og abstrahert museumsbygg.

Bilde: Fargebilder.

Dynamisk element: Grafisk element.

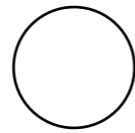
Interkulturelt museum

1.0 Logo	2.0 Farge	3.0 Typografi	4.0 Grafisk element	5.0 Bilde	6.0 Språk
1.1 Navnemerke	2.1 Primær	3.1 Entall	4.1 Mønster	5.1 Kromatisk	6.1 Direkte
1.2 Bildemerke	2.2 Sekundær	3.2 Totalt	4.2 Illustrert	5.2 Akromatisk	6.2 Indirekte
1.3 Abstrakt merke	2.3 Tertiær	3.3 Flertall	4.3 Geometri		6.3 Ingen
1.4 Kombinasjon	2.4 Akromatisk				
	2.5 Kombinasjon				

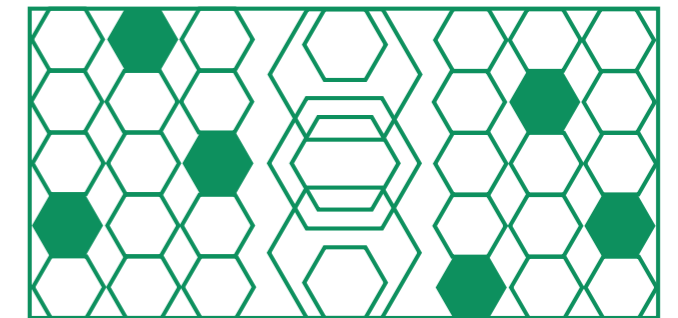
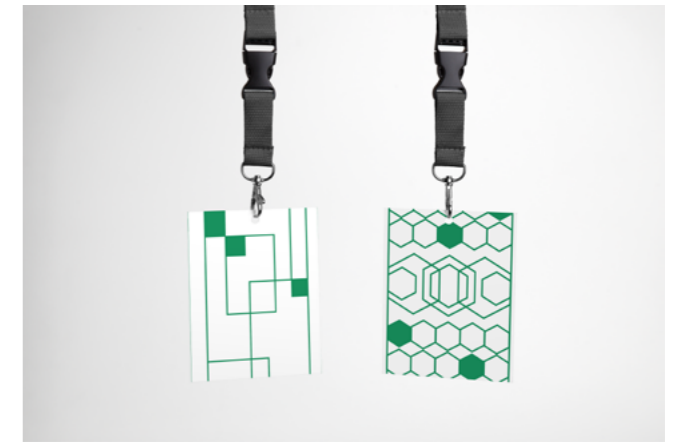
Kombinasjon: Akromatisk + Sekundær

INTERKULTURELT MUSEUM

Logo: Abeat Regular.
Logoelement abstrahert museumsbygg.
Profilfarger: Svart og grønn.
Typografi: Azo Sans Medium og Light.
Grafisk element: Geometriske former som viser mangfold, og danner mønstre.
Bilde: Fargebilder.
Dynamisk element: Grafisk element.

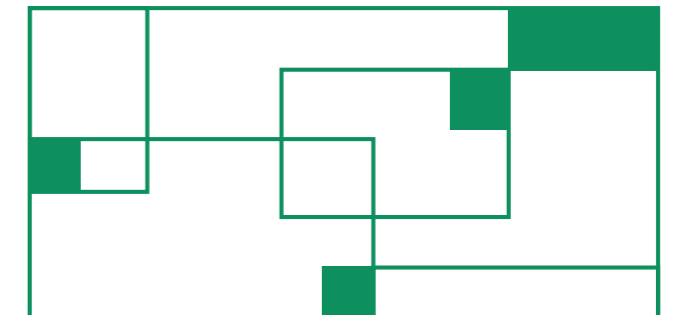


interkulturelt
museum



ABCDEFGHIJ
KLMNOPQR
STUVWXYZÆØÅ
0123456789

abcdefgh
ijklmnopqr
stuvwxyzæøå
0123456789



Nasjonalmuseet

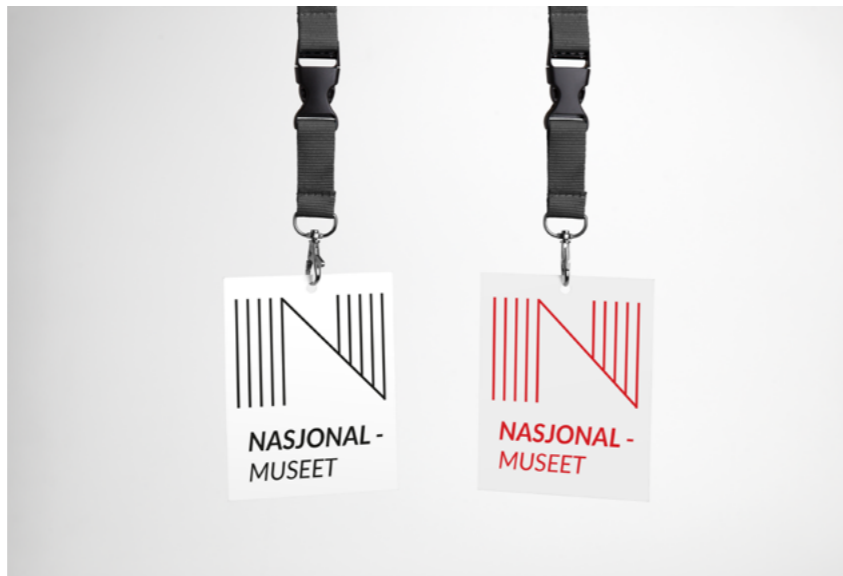
1.0 Logo	2.0 Farge	3.0 Typografi	4.0 Grafisk element	5.0 Bilde	6.0 Språk
1.1 Navnemerke	2.1 Primær	3.1 Entall	4.1 Mønster	5.1 Kromatisk	6.1 Direkte
1.2 Bildemerke	2.2 Sekundær	3.2 Totalt	4.2 Illustrert	5.2 Akromatisk	6.2 Indirekte
1.3 Abstrakt merke	2.3 Tertiær	3.3 Flertall	4.3 Geometri		6.3 Ingen
1.4 Kombinasjon	2.4 Akromatisk				
	2.5 Kombinasjon				

Kombinasjon: Navnemerke + Bildemerke. Akromatisk + Primær



abcdefghijklmnopqr
stuvwxyzæøå
0123456789

ABCDEFGHIJ
KLMNOPQR
STUVWXYZÆØÅ
0123456789



NASJONALMUSEET

Logo: Lato Bold Italic og Lato Italic.
Bokstavmerke «N».
Profilfarger: Svart, hvit og rød.
Typografi: Aktiv Grotesk Regular og Bold. Century Gothic Regular og Bold.
Grafisk element: Bokstavmerke for museet med matchende grid.
Bilde: Svart/hvitt bilder.
Dynamisk element: Grafisk element og typografi. Sammen eller separert.

Balance Yoga & Pilates Studio

1.0 Logo	2.0 Farge	3.0 Typografi	4.0 Grafisk element	5.0 Bilde	6.0 Språk
1.1 Navnemerke	2.1 Primær	3.1 Entall	4.1 Mønster	5.1 Kromatisk	6.1 Direkte
1.2 Bildemerke	2.2 Sekundær	3.2 Totalt	4.2 Illustrert	5.2 Akromatisk	6.2 Indirekte
1.3 Abstrakt merke	2.3 Tertiær	3.3 Flertall	4.3 Geometri		6.3 Ingen
1.4 Kombinasjon	2.4 Akromatisk				
	2.5 Kombinasjon				

Kombinasjon: Navnemerke + Abstrakt merke. Akromatisk + Tertiær



A B C D E F G H
I J K L M N O P Q R
S T U V W X Y Z Æ Ø Å
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

abcdefgh
 ijklmnopqr
 stuvwxyzæøå
 0123456789



B A L A N C E



BALANCE

Logo: Nevis Bold. Logoelement av rektangelformer.

Profilfarger: Svart, hvit og blå.

Typografi: Arial Narrow og Bold.

Grafisk element: Geometriske sammensettinger.

Bilde: Fargebilder.

Dynamisk element: Grafisk element.

HiYoga

1.0 Logo	2.0 Farge	3.0 Typografi	4.0 Grafisk element	5.0 Bilde	6.0 Språk
1.1 Navnemerke	2.1 Primær	3.1 Entall	4.1 Mønster	5.1 Kromatisk	6.1 Direkte
1.2 Bildemerke	2.2 Sekundær	3.2 Totalt	4.2 Illustrert	5.2 Akromatisk	6.2 Indirekte
1.3 Abstrakt merke	2.3 Tertiær	3.3 Flertall	4.3 Geometri		6.3 Ingen
1.4 Kombinasjon	2.4 Akromatisk				
	2.5 Kombinasjon				



HIYOGA

Logo: Coco Light.

Profilfarger: Gråtoner og hvit.

Typografi: Gilroy Extra Bold og Light.

Grafisk element: Geometrisk trekantmønster.

Bilde: Fargebilder.

Språk: «Hi...», som i navnet, er med på å hilse kundene sine på en hyggelig måte.

Dynamisk element: Språk.

Hi buddy

Hi mate

Hi love

Hi honey

Hi YOGA

Hi YOGA



**ABCDEFGHIH
IJKLMNOPQR
STUVWXYZÆØÅ
0123456789**

abcdefgh
ijklmnopqr
stuvwxyzæøå
0123456789

Puro Yoga

1.0 Logo	2.0 Farge	3.0 Typografi	4.0 Grafisk element	5.0 Bilde	6.0 Språk
1.1 Navnemerke	2.1 Primær	3.1 Entall	4.1 Mønster	5.1 Kromatisk	6.1 Direkte
1.2 Bildemerke	2.2 Sekundær	3.2 Totalt	4.2 Illustrert	5.2 Akromatisk	6.2 Indirekte
1.3 Abstrakt merke	2.3 Tertiær	3.3 Flertall	4.3 Geometri		6.3 Ingen
1.4 Kombinasjon	2.4 Akromatisk				
	2.5 Kombinasjon				

Kombinasjon: Navnemerke + Bildemerke. Akromatisk + Sekundær

PURO YOGA

Logo: Oxford Regular. Logoelement er en abstrahert lotusblomst og en sol.

Profilfarger: Grå, hvit og fiolett.

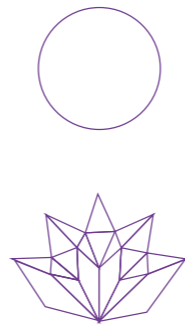
Typografi: Baskerville Regular og bold.

Gill Sans Regular og Semi bold.

Grafisk element: Illustrert lotusblomst og en sirkel som kutter bilder.

Bilde: Fargebilder. Kutttestil basert på grafisk element.

Dynamisk element: Bilde.



abcdefghijklmnop
ijklmnopqr
stuvwxyzæøå
0123456789

**ABCDEFGHIJ
KLMNOPQR
STUVWXYZÆØÅ
0123456789**


Puro Yoga



The Room

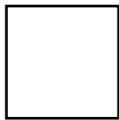
1.0 Logo	2.0 Farge	3.0 Typografi	4.0 Grafisk element	5.0 Bilde	6.0 Språk
1.1 Navnemerke	2.1 Primær	3.1 Entall	4.1 Mønster	5.1 Kromatisk	6.1 Direkte
1.2 Bildemerke	2.2 Sekundær	3.2 Totalt	4.2 Illustrert	5.2 Akromatisk	6.2 Indirekte
1.3 Abstrakt merke	2.3 Tertiær	3.3 Flertall	4.3 Geometri		6.3 Ingen
1.4 Kombinasjon	2.4 Akromatisk				
	2.5 Kombinasjon				

Kombinasjon: Akromatisk + Tertiær

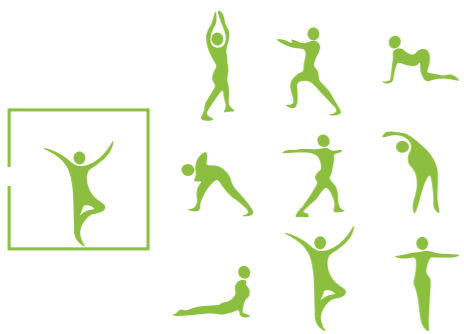


THE ROOM

Logo: Avenir Next Demi Bold.
 Profilfarger: Gråtone, hvit og gul-grønn.
 Typografi: Avenir Next Demi Bold og Regular.
 Grafisk element: Illustrerte yogafigurer i alle mulige yogastillinger.
 Bilde: Fargebilder.
 Dynamisk element: Grafisk element.



THE ROOM



abcdefghijklmnopqr
 stuvwxyzæøå
 0123456789

**ABCDEFGHIJ
 IJKLMNOPQR
 STUVWXYZÆØÅ
 0123456789**

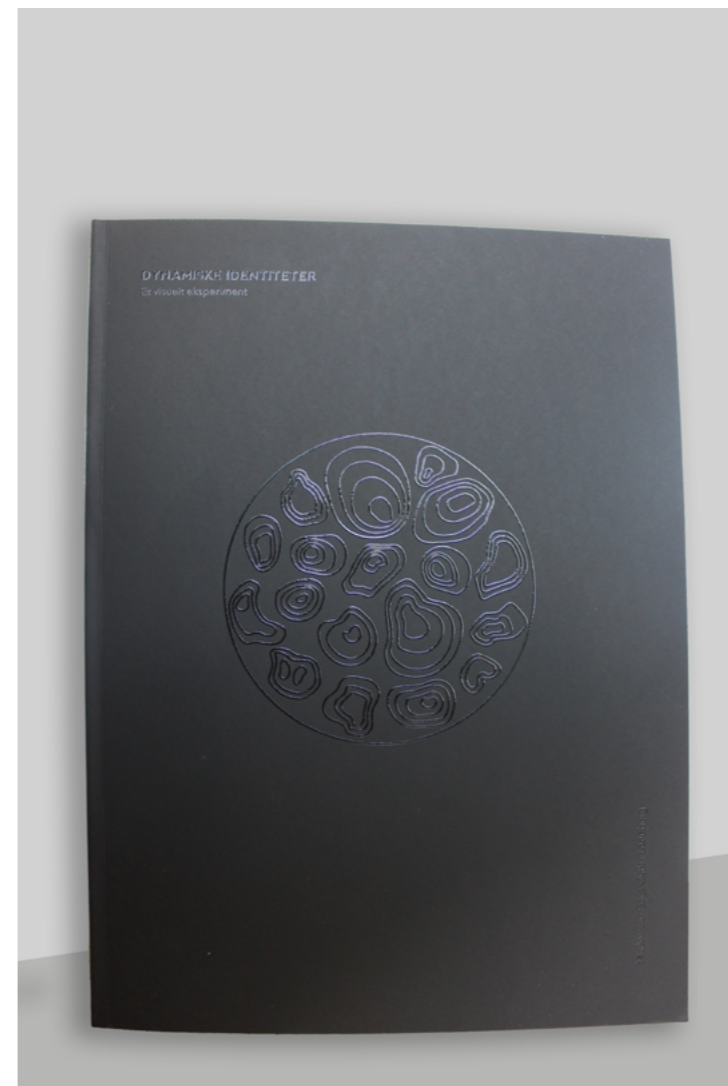
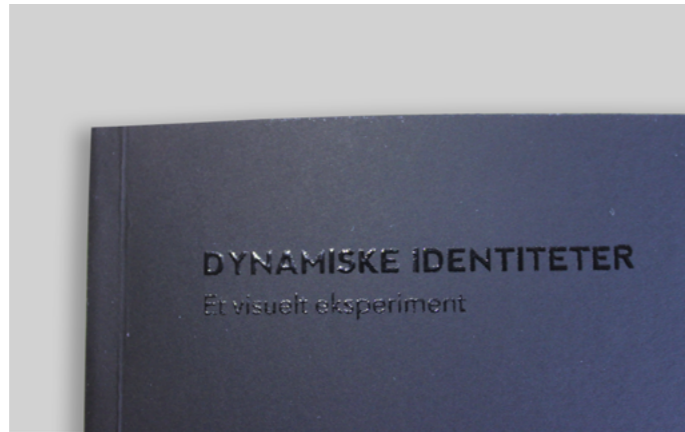
03

Boken

Boken *Dynamiske identiteter, et visuelt eksperiment*, fremviser konseptet og resultatet fra det visuelle eksperimentet, i et fysisk bokformat, ved hjelp av materielle virkemidler.

Bokens visuelle uttrykk

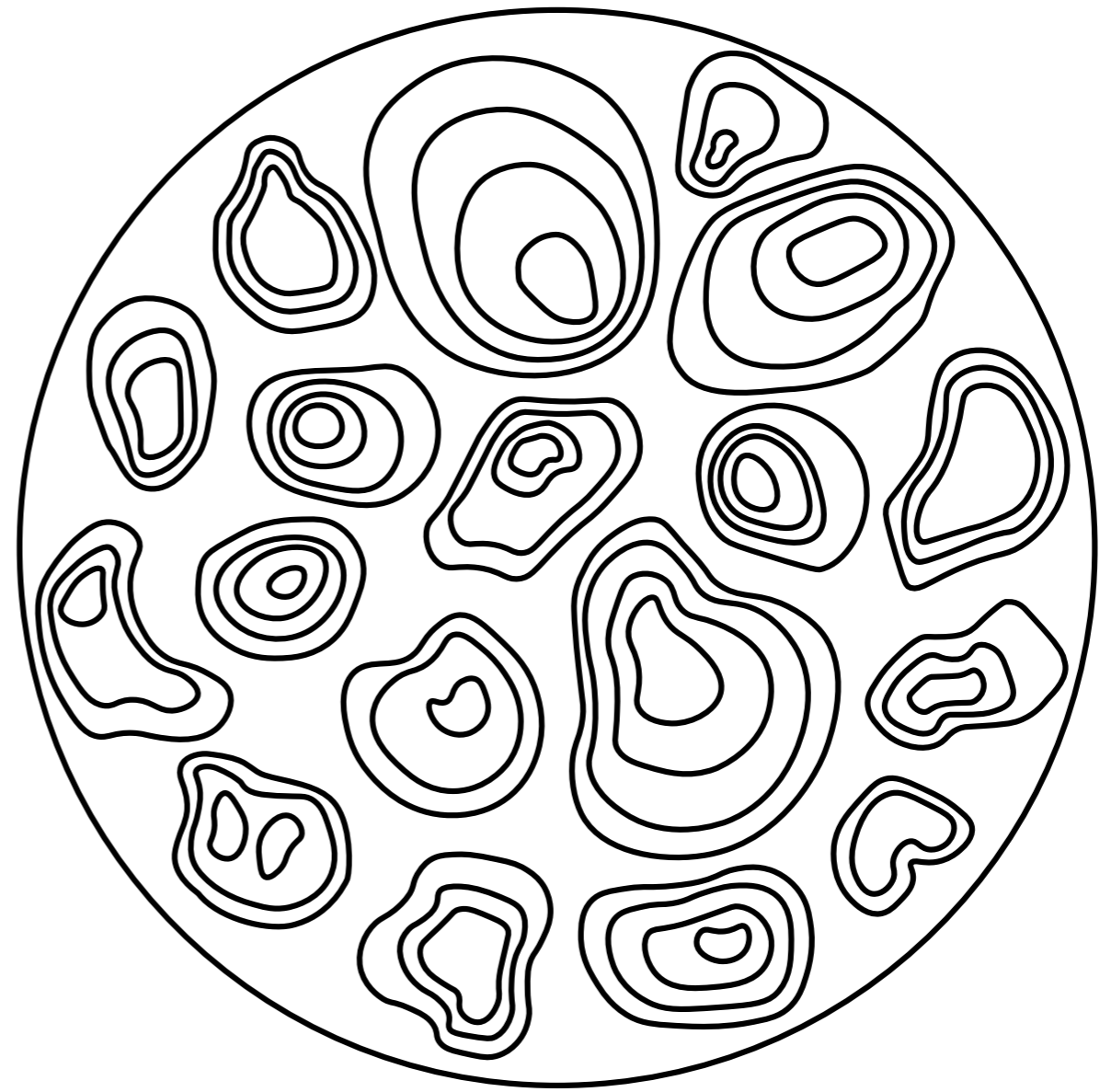
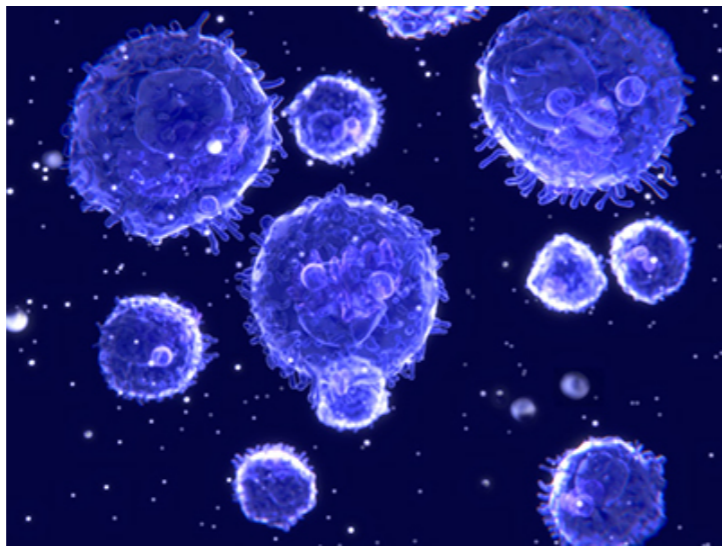
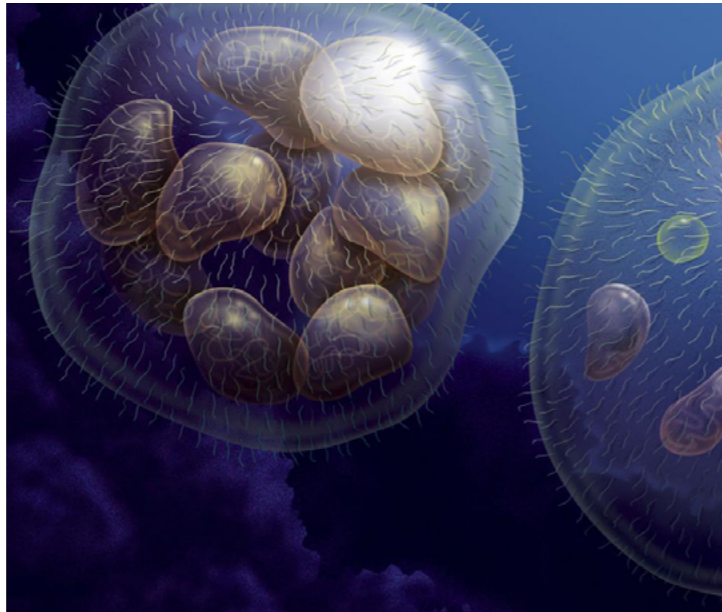
Bokens visuelle uttrykk gjenspeiler tematikken den tar for seg, nemlig et relativt nytt og spennende konsept. Boken har blitt designet med et logisk strukturert og ryddig oppsett, som tar i bruk «space», som et virkemiddel for å fremme alle de dynamiske visuelle identitetene. Boken som helhet fremstår med et nokså minimalistisk preg, gjennom bruk av fundamentale geometriske former, og repetisjon av oppsett, som er med på å fremheve innholdet og informasjonen i boken. Gjennom appellformen etos, knyttes bokens innhold opp imot prosjektets relevante teorier. Logos tydeliggjøres gjennom en logisk strukturert oppdeling i kapitler. Emnebetoning er med på å fremheve tekstens innhold og budskap gjennom nøye utvalgte designelementer og kommunikasjonsflater. Patos appellerer til følelser gjennom en bok med personlig preg, og med nøye utvalgte materialer og teksturer, som digital relieff spotlakk. Resultatet er en innbydende informativ løsning, som tydelig representerer innholdet i boken på en unik, vakker og tydelig gjennomgående måte.





Illustrasjon

Illustrasjonen på forsiden av boken er abstraherte organismer. Illustrasjoner «uttrykker et budskap eller en idé, oftest knyttet til en tekst...har til hensikt å forklare, belyse eller forsterke et tekst- eller meningsinnhold...også for å høyne det estetiske uttrykket» (Store Norske Leksikon, illustrasjoner, 2017). Illustrasjonsdesignet på boken trekker paralleller til de dynamiske identitetene som beskrives av Irene van Nes som «living organisms» (Nes 2014, 6), og Dubberly (2011) som viser til et skifte i verdensbilde «Shift in world view (from mechanism to organism)». Tanken er at de forenklede organismene innenfor en sirkel, kan sammenlignes med komponenter innenfor det dynamisk identitetssystemet. Sirkelen som et symbol for syklus eller livssirkelen, kan sammenlignes med dynamiske identiteter, som søker å forandre seg gjennom sin «livs-sirkel». Gestalt prinsippet for likhet gjør at alle de illustrerte organismene som har samme trekk ved seg, oppfattes som at de er del av en større enhetlig helhet.



Organismer
Kilde: Physicsworld, 2016
Kilde: Epa, 2017
Kilder listet i research dokument.

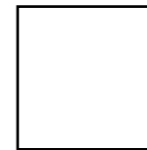
Farger

Inspirasjon til fargene kom fra organismene. Mørke farger til boken er valgt på bakgrunn av deres betydning for prosjektet, samt for å skape en kontrast mot de hvite lyse sidene inne i boken. Svart er en mystisk farge, ofte forbundet med det skjulte eller ukjente, litt på samme måte som tematikken for oppgaven, som det ikke finnes mye utforskning og informasjon om. I tillegg forbindes svart med sannhet, noe som er passende da boken søker å formidle sannheter om dynamiske visuelle identiteter. Fargen blå brukes på skillesider/kapittelsider inne i boken. «Siden blå er fargen til både himmel og hav, symboliserer den stillhet, ro, refleksjon, og intellektet» (Rybakken 2004, 219). Blåfargen er som sagt ofte assosiert med refleksjon, og fungerer derfor bra med tanke på at leseren gjennom fargens stoppeffekt, får tid til å reflektere over forutgående kapittel gjennom sin tankeevne, før en går løs på neste kapittel.

C 85
M 73
Y 2
K 1



C 0
M 0
Y 0
K 0



C 100
M 100
Y 100
K 100



Typografi

I boken har det vært et fokus på å skape en god leseropplevelse for leseren. Fontvalget falt på Avenir Next (Regular, Bold, Demi Bold, Italic) på mesteparten av teksten inne i boken, og Nevis Bold på navnet på boken, samt på større overskrifter. Kontrasten mellom ulike typografiske utforminger og størrelsesforhold, både innad i Avenir Next sin skiftfamilie, samt mellom Avenir Next og Nevis, gjorde at det ble tydeliggjort flere ulike nivåer i teksten. Oppdelingen av nivåer gjør det lettere for leseren å skille mellom tittel, overskrifter, underoverskrifter og brødtekst. Relativt stor linjeavstand, oppdeling av ulike avsnitt, og valg av skriftstørrelsen; 12 pkt og 10 pkt på brødtekst. «Leserundersøkelser tyder på at skriftstørrelser rundt 10, 11 og 12 pkt. er de mest leselige» (Rannem, 2005, 126).

Avenir Next Regular

A B C D E F G H
I J K L M N O P Q R
S T U V W X Y Z Æ Ø Å
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

a b c d e f g h
i j k l m n o p q r
s t u v w x y z æ ø å
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Avenir Next Demi Bold

A B C D E F G H
I J K L M N O P Q R
S T U V W X Y Z Æ Ø Å
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

a b c d e f g h
i j k l m n o p q r
s t u v w x y z æ ø å
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Avenir Next Demi Bold Italic

*A B C D E F G H
I J K L M N O P Q R
S T U V W X Y Z Æ Ø Å
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9*

*a b c d e f g h
i j k l m n o p q r
s t u v w x y z æ ø å
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9*

Avenir Next Bold

**A B C D E F G H
I J K L M N O P Q R
S T U V W X Y Z Æ Ø Å
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9**

**a b c d e f g h
i j k l m n o p q r
s t u v w x y z æ ø å
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9**

Nevis Bold

**A B C D E F G H
I J K L M N O P
Q R S T U V W X Y Z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9**

**a b c d e f g h
i j k l m n o p
q r s t u v w x y z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9**

Bildebruk

Med en majoritet av fargeglade bilder, er intensjonen å få fremvist mest mulig realistiske kommunikasjonsflater og designelementer, for alle de dynamiske visuelle identitetene. Videre kommer emnebetoning til uttrykk gjennom en sammenkobling av de seksten bedriftenes visuelle identiteter, og type budskap bedriftene utstråler. Harmoni skapes gjennom små moderate forskjeller, som bruk av profilmfarger som bakgrunn i bilder, eller å bruke profilers designelementer for å skape spenning på boksider.

