

BOP3101
Bacheloroppgave

AKA

En samling av norske cosplayere

VÅR 2019

Bachelor Grafisk Design - Høyskolen Kristiania

«Denne bacheloroppgaven er gjennomført som en del av utdannelsen ved Høyskolen Kristiania. Høyskolen er ikke ansvarlig for oppgavens metoder, resultater, konklusjoner eller anbefalinger.»

Forord

Nå er vi her, slutten av bacheloroppgaven og grafisk design studiet. Skal jeg være helt ærlig så har det siste halvåret vært utrolig slitsomt, men også utrolig gøy. Det har vært veldig givende å få jobbet med et så stort prosjekt, hvor man har fått lagt sine egne føringer ovenfor valg av tematikk. Men det har også vært vanskelig å holde motivasjonen på topp når man står ovenfor en så stor arbeidsmengde. I retrospekt ser jeg på hele prosessen som en læringskurve, der de positive og negative sidene summeres sammen til en unik slutt på studiet. Dette har vært et lidenskapsprosjekt for meg; et prosjekt hvor jeg har kombinert flere av mine interessefelt for å skape noe som representerer min kunnskap innenfor grafisk design og fotografi. Dette dokumentet skal virke som en teoretisk oppsummering av arbeidet som er gjennomført i hele bacheloroppgaven. For en mer utdypet versjon av de ulike fasene, anbefaler jeg å sjekke ut research- og skissedokumentet som er vedlagt denne forankringen.

Jeg vil bruke denne anledningen til å vise min takknemlighet til de som har vært involvert i gjennomførelsen av denne bacheloroppgaven, og som har stått ved min side gjennom hele prosessen.

Takk til Maiken, Ingrid, Malin, Hanne Sofie, Julie, Mia, Martine og Susanne for at dere stilte opp til både intervju og fotografering. Det var veldig interessant å få et innblikk i deres tanker og meninger, for å se hvordan det gode samholdet i cosplay-miljøet kan skape en tilhørighet for så mange. Uten deres interesse ville det heller ikke vært noen bilder å vise frem. Takk for at dere trosset kulde og ubehag i flere timer for at jeg skulle ha noe å putte i boken. Med dette vil jeg også si at jeg er takknemlig for alle assistentene som har hjulpet til på fotograferingssessionene. Alt fra kappe flipp til vinkling av reflektor; jeg setter veldig pris på at dere valgte å ta tid ut av dagen deres for å hjelpe til. Videre vil jeg også gi en stor takk til veileder Anders Nilsen, som stilte opp med kloke forslag, motiverende ord og stor fagkunnskap gjennom hele prosessen. Det har vært veldig behagelig å ha en veileder som har sittet med et positivt syn på oppgaven fra dag en, selv om temaet var ukjent og noe sært. Til mine prøvekaniner, aka romkamerater i Herumveien, vil jeg bare si at dere har vært fantastiske støttespillere.

Sammendrag

Cosplay er en populær aktivitet blant unge voksne, som har fått mye oppmerksomhet de siste årene. Cosplay handler om å kle seg ut som fiktive karakterer fra ulike medier, der formålet er å hedre karakteren og den fiktive verdenen den kommer fra. For å gjøre dette prøver cosplayere å tilegne seg karakterens atferd og personlighet, slik at man kan gjennomføre dette på en overbevisende måte. Man kan derfor stille spørsmål om dette er med på å påvirke cosplayernes egen identitet. Gjennom datainnsamling basert på kvalitative metoder kom det frem at cosplay har mye å si for egen identitet, spesielt innenfor selvpersepsjon og selvbylde. Cosplayerne føler seg mer utadvendte etter at de har funnet en tilhørighet i cosplay-miljøet, og mener dette har hatt en positiv effekt på deres selvbylde. Det kom også frem et skille mellom eget privatliv og ens cosplay-persona, da de fleste skiller mellom dette før å unngå å bli sett på som uprofesjonell i det voksne livet.

Vinklingen til det praktiske arbeidet i denne oppgaven ble gjort ut fra funnene som ble oppdaget under datainnsamlingen. Ut fra dette ble det laget en fotobok som setter deltakernes cosplay-persona, mot ens mer sårbare tanker om hvorfor man er den man er. For å få frem dette ble det brukt fotografi og sitater for å fremheve et budskap om at cosplay er en stor del av livene til disse menneskene, og at dette har hjulpet dem med å føle seg mer komfortabel med seg selv.

God lesing!

Innholdsfortegnelse

1.0 Innledning	6
1.1 Prosjektets bakgrunn	6
1.2 Prosjektets tematikk	6
1.3 Prosjektets formål og hensikt	7
1.4 Prosjektets problemstilling og underspørsmål	7
1.5 Prosjektets avgrensinger	8
1.5.1 Teoretisk avgrensing	8
1.5.2 Praktisk avgrensing	8
2.0 Teori	8
2.1 Begrepsavklaring	8
2.1.1 Cosplay	8
2.1.2 Crossplay	9
2.1.3 Identitet	9
2.2 Fagteori	10
3.0 Metodebruk og datainnsamling	11
3.1 Metodevalg	11
3.2 Dybdeintervju	11
3.2.1 Planlegging og gjennomføring	11
3.2.2 Analyse	12
3.3 Medietekster	14
4.0 Designbrief	15
4.1 Prosjektoversikt og Bakgrunn	15
4.2 Bransjekartlegging	16
4.2.1 Produkter/tjenester	16
4.2.2 Hovedkonkurrenter	16
4.2.3 Prisklasse og distribusjon	17
4.2.4 Image/omdømme	18
4.2.5 Designtrender	18
4.2.6 Overordnet forretningsstrategi	19
4.3 Målgruppekartlegging	20
4.4 Virksomhetens helhetlige portefølje	21
4.5 Forretningsmessige mål og designstrategi	22

4.6 Prosjektets omfang og framdriftsplan	23
5.0 Kreativ prosess	24
5.1 Fotografering	24
5.1.1 Storyboard	24
5.1.2 Moodboard	25
5.2 Metoder for idégenerering	25
5.2.1 Brainstormingsmetoder	25
5.2.2 Vrengningsmetoder	26
5.2.3 Card Sorting	26
5.3 Konseptutvikling	26
5.3.1 Tegneserie	26
5.3.2 De fire temperamentene	27
5.3.3 Lys & Mørke	27
5.3.4 Fargemerking	27
5.4 Valg av konsept	27
6.0 Faglige valg i designløsningen	28
6.1 Format	28
6.2 Satsspeil	28
6.3 Omslag	29
6.4 Typografi	30
6.5 Fotografi	31
6.6 Farger	32
6.6.1 Lyshetskontrast	33
6.6.2 Komplementærkontrast	33
6.6.3 Varm/kald kontrast	33
6.7 Fysisk Dummy	34
7.0 Oppsummering og konklusjon	35
8.0 Litteraturliste	36
8.1 Forskningsartikler	36
8.2 Bøker	36
8.3 Annet	37
9.0 Vedlegg	3

1.0 Innledning

1.1 Prosjektets bakgrunn

For bacheloroppgaven min vil jeg jobbe med et tema jeg virkelig brenner for. Og er det noe jeg setter høyst, så er det interessen min for både cosplay og fotografering. Aspektet av å kunne kle seg ut som sine favoritter blant fiksjonelle karakterer, for å så gjenskape deres fantasiverdener i bilder, er noe helt utenom det vanlige. Dessuten har jeg sett at cosplay som hobby har vokst de siste årene, der de fleste folk idag har en liten ide over hva det går ut på. Mange synes hobbyen er interessant og kreativ, mens andre driver fortsatt med stigmatisering av hobbyen. Det er ikke normalt å gå rundt i kostymer, og nerder i kostymer blir ofte stemplet som sosialt tilbakestående på grunn av stereotypi. Jeg ser derfor et behov for å normalisere hobbyen, slik at folk kan få et innblikk i personene bak kostymene.

1.2 Prosjektets tematikk

Noe som går hånd i hånd med cosplay, er fotografering. Ved hjelp av fotografi kan cosplayere sette kostymet i sin helhet i fokus. Fotografer og cosplayere jobber da sammen for å gjenskape verdene som karakterene kommer fra; alt fra slag på middelaldrende festninger, til magiske verdener hvor bare fantasien setter grenser. Fotografi er noe jeg virkelig brenner for, og jeg tenkte derfor at dette kunne være et interessant tema å knytte opp mot en løsning innenfor grafisk design. Jeg tenker da å sette cosplay opp mot identitet, for å se på det grunnleggende aspektet til hvorfor man gjennomfører denne aktiviteten. Temaet for dette prosjektet vil derfor være å utforske personers syn på egen identitet gjennom cosplay fotografi.

I Norge har vi ingen norske bøker om cosplay fotografi når denne oppgaven gjennomføres, våren 2019. Ser vi mot utlandet, finner vi flere trykte medier basert rundt temaet cosplay, som da er fremstilt i magasiner, lærebøker, bildebøker osv. (Vedlegg: Researchdokument, 39-42) Man kan derfor se at det finnes et stort marked for slike bøker, og jeg vil derfor gripe sjansen ved å lage den første norske cosplay fotoboken.

1.3 Prosjektets formål og hensikt

Det jeg ønsker å oppnå med denne oppgaven er å sette lys på cosplay som hobby. Å vise flere sider av hobbyen, og ikke bare det som er useriøs lek og moro. Jeg vil sette cosplay på spissen ved å vise at denne aktiviteten har en effekt på de som tar del i det norske cosplay-miljøet.

Personlig sett kan det ferdige produktet bli brukt som en portefølje for eget arbeid innenfor fotografi og grafisk design. Andre kan også ha nytte av dette prosjektet ved at den gir en bredere forståelse av hvor stor innvirkning fenomenet cosplay har på unge mennesker i dagens samfunn.

1.4 Problemstilling og underspørsmål

I starten av dette prosjektet startet jeg med en hypotese om at cosplay som aktivitet har en innvirkning på deltakernes syn på seg selv, som da først var basert ut fra mine egne oppfatninger av cosplay. Før jeg kunne lage en problemstilling ut av dette, måtte jeg gjennomgå en grundig researchprosess hvor flere faktorer ved aktiviteten ble tatt inn i bildet. Ut fra dette kom det frem mye som stemte med hypotesen, men også flere underspørsmål som er interessante i forhold til oppgaven. Finnes det en sammenheng mellom valg av karakter, og egen personlig atferd? Reflekterer valg av karakter egen kjønnsidentitet? Kan man skille ens «cosplay-persona» fra egen privatperson, eller er de det samme? Den overordnede problemstillingen for dette ble derfor:

«Hvordan kan det sosiale fenomenet cosplay være med på å forme ens identitet?»

Med dette ønsker jeg å undersøke unge menneskers syn på identitet i samhold med cosplay, for å finne essensen til hvorfor man tar del i en slik aktivitet.

Etter hvert som jeg analyserte funnene som oppstod i metodefase av oppgaven, fant jeg ut at denne problemstillingen må ha mer forankring i fagteori for å kunne dekke en praktisk designløsning. Problemstillingen ble derfor endret til:

«Cosplay har en innvirkning på individets syn på egen identitet gjennom sosialisering i det norske cosplay-miljøet. Hvordan kan dette belyses ved hjelp av fotografi?»

1.5 Prosjektets avgrensinger

1.5.1 Teoretisk avgrensing

Ettersom dette er et prosjekt hvor man er avhengig av å kunne møte med et utvalg med mennesker, må populasjonen avgrenses geografisk. Dette prosjektet vil derfor ikke ta hensyn til alle cosplayerne i Norge, da dette blir et for stort omfang. Populasjonen til dette prosjektet vil derfor være cosplayere som bor i Oslo/Akershus. Innenfor dette er det avgrenset med aldersgruppen 18-30 år.

1.5.2 Praktisk avgrensing

Det ferdige resultatet vil være en fotobok, og derfor vil selve hovedfokuset til boken ligge på bilder i sekvenser. Den ferdige løsningen skal derfor ikke være tung med tekst, og ikke inneholde fullt transkriberte intervju som man ofte ser i magasindesign. Det trykte mediet vil da bruke bildene som et historiefortellende virkemiddel til å føre leseren gjennom boken.

Fotograferingen av bildene skal gjennomføres av designeren selv, og det vil derfor settes avgrensinger på hvor mange fotograferingsøkter man skal holde. Det ferdige produktet skal inneholde 8 bildeserier. Hver bildeserie skal inneholde rundt 8 bilder. Hver fotograferings økt skal vare i maks 3 timer.

2.0 Teori

2.1 Begrepsavklaring

Gjennom denne oppgaven blir det brukt flere ulike ord og uttrykk for å dekke flere aspekter ved problemstillingen. Under vil jeg gjennomgå en forklaring av de viktigste, slik at det skal være enklere å forstå hva som er ment med de ulike begrepene.

2.1.1 Cosplay

Cosplay er en sammensetning av de engelske ordene «costume» og «play». Denne aktiviteten går ut på at man kler seg ut som fiktive karakterer fra ulike medier, blant annet film, tegneserier, spill og anime. For å oppnå dette jobber cosplayere kreativt med å skape kostymer og rekvisitter for å gjenskape essensen til karakteren, samtidig som de pynter seg opp i parykker og sminke for å få en fysisk likhet til karakteren. Cosplay i seg selv kan óg bli sett på som en type scenekunst, der folk tar på seg den fysiske og mentale rollen til karakterene de ønsker å fremstille (Brainbridge 2013).

Man kan da være nysgjerrig på hva som egentlig driver deltakerne til å kle seg ut som fiktive karakterer. I *Who I want to Be”: Self-Perception and cosplayers’ identification with their favorite Characters* (Reysen 2018) snakker forfatteren om tre grunner som spiller inn på hvorfor mennesker velger å cosplaye. Den første faktoren er at vedkommende identifiserer seg selv med karakteren. Personen kan da trekke likheter fra karakteren til seg selv, og man kan føle at man er ett med karakteren. Reysen sier også at valget kan falle på karakterer som man ser på som et ideal; en karakter som representerer hvordan vedkommende ønsker å bli sett av andre. Dette blir gjennomført ut fra ønsket om at vi som mennesker ønsker å tilegne oss deres egenskaper, og bli til en ideell versjon av oss selv. Til slutt nevner Reysen at man også kan velge å cosplaye karakterer som representerer hva andre tenker om oss, hva de mener vi ligner på. I prosjektets metodefase ønsker jeg å utforske dette nærmere; Er det noen sammenheng mellom valg av karakter og egen atferd?

2.1.2 Crossplay

Innenfor cosplay har man gjerne flere ulike subkategorier, eller underbetegnelser, ut fra hvilke karakterer man velger å gjengi seg som. Crossplay som begrep er satt sammen av ordene «crossdress» og «cosplay». Dette begrepet kan man ikke finne i det norske vokabularet, og det finnes heller ikke en god oversetting for ordet i denne konteksten. Definisjonen av crossplay er å fremstille seg som et annet kjønn gjennom karakteren man cosplayer. Med dette prøver man å gjøre selv enten mer maskulin eller feminin, avhengig av hvilket utgangspunkt man starter med. Hvis en person cosplayer en mannlig karakter, men i realiteten identifiserer seg som en kvinne, gjennomfører de crossplay. Dette må ikke forveksles med betegnelsen «genderbend», som da tilsier å endre kjønn og designet til karakteren for at det skal passe ditt eget. (Sunlit Cosplay 2015)

I *Stranger than fiction: Fan identity in cosplay* (Lamerichs 2011, 7) analyserer forfatteren crossplay gjennom Judith Butlers sitt syn på performativitet. Motivasjonen til å gjennomføre crossplay kan variere fra person til person. Det kan være en aktivitet man gjør av og til basert på vedkommendes interessenivå for en karakter av et annet kjønn, eller at man liker utfordringen av å måtte oppføre seg som dette kjønn. Noen gjør det også for å utfordre samfunnsnormer, ved å vise at kjønn er mer enn bare svart og hvitt. Dette er hypoteser som skal testes ut ved hjelp av datainnsamlingen som kommer senere, da det kan være flere grunner til at noen gjennomfører crossplay.

2.1.3. Identitet

Identitet er kort forklart den man er, og betegner ens eget selvbilde eller selvpersepsjon. Denne betegnelsen blir brukt i psykologien som en del av en persons selvoppfattelse, der faktorer som oppleves som sentral og typisk for vedkommende er hva som beskriver deres identitet (SNL 2018).

I *Innføring i Psykologi* (Håkonsen 2011, 203) snakker forfatteren om at mennesket er et sosialt vesen; Hvem vi er, hva vi gjør, og hva vi tenker, er i stor grad avhengig av vår samhandling med andre. Vår sosial atferd blir påvirket av menneskene rundt oss, samtidig som vi påvirker andre. Gjennom dette får vi noen oppfatninger og tanker rundt oss selv som individ, med egne evner og særegenheter. Håkonsen kaller summen av disse oppfatningene for selvet, og dette består av alle de tankene og ideene som danner grunnlaget for vår selvoppfatning. Selvpersepsjon er hvordan vi betrakter vår egen atferd i ulike sosiale sammenhenger. Selvbildet brukes til å beskrive hvordan vi vurderer oss selv, basert ut fra en positiv eller en negativ selvevaluering. Dette er til en viss grad en stabil faktor, der de fleste mennesker har et syn på seg selv om enten overveiende positivt eller negativt.

2.2 Fagteori

I denne oppgaven har jeg tatt utgangspunkt i litteratur brukt i forskjellige emner fra dette studiet. Gjennomførelsen er da basert på fagteori fra emner som vitenskapsteori og metode, kreativ metode, visuell grammatikk, og typografi og komposisjon. For et nærmere innblikk til hvor man har implementert fagteori gjennom prosessen, kan man se i dokumentene som tar for seg prosessen i oppgaven. (Vedlegg: Researchdokument & Skissedokument) Da er det enklere å se sammenheng mellom teori og praksis.

Fagtematikken som er hovedfokuset i denne oppgaven er historiefortelling gjennom fotografi. Innenfor dette har man lagt vekt på menneskets kognitive oppfattelse av flater, fargelære og kompositoriske virkemidler for å kunne bygge opp et bilde.

Når man setter opp komposisjonen i et bilde er det viktig å tenke på hvordan vi som mennesker oppfatter helheten i bildet. Gjennom Davis (2015) sine utsagn om hvordan mennesker oppfatter ansikter som informative flater, har den visuelle delen blitt basert rundt ulike vinklinger av mennesket for å gjengi ulike følelser. For at bildene skal fremheve følelsene som den avbildede gir, skal det bli støttet under ved bruken av farger. Dette samspillet mellom farger og humør skal baseres ut fra Ittens lære om fargekontraster og fargeharmoni (Itten 1987). Bildenes komposisjon skal gi variasjoner med ulike utsnitt og perspektiver, men skal følge tredelingsprinsippet for en god og harmonisk bildekomposisjon (NDLA 2017)

3.0 Metodebruk og datainnsamling

3.1 Metodevalg

Metodene jeg skal bruke til å samle inn relevant kunnskap vil være datainnsamling via kvalitative intervjuer og medietekster. Kvalitativ metode har blitt valgt fordi prosjektet skal dreie seg rundt subjektive meninger, og kan derfor ikke generaliseres på samme måte som kvantitative data. Bruken av metodene skal følge føringene lagt av Næss og Pettersen (2017: 42, 76) innenfor metodefaget. Etter datainnsamlingen er gjennomført, skal man derfor analysere funnene ved hjelp av koding; finne likheter og ulikheter ved det som har blitt sagt, og sammenligne dette.

3.2 Intervju

For dybdeintervju blir det plukket ut et lite utvalg av populasjonen som skal være variert nok til å kunne representere flertallet. Det er tatt hensyn til at det skal gjennomføres 8 intervjuer, som hver skal vare rundt en time. Det er også lagt opp til at vedkommende skal kunne stille opp til fotografering. Med dette blir det en større sammenheng mellom person og historie i det ferdige produktet.

3.2.1 Planlegging og gjennomførelse

I planleggingsfasen til intervjuene skal det bli opprettet en intervjuguide, som gir en oversikt over alt som trengs å gjøres gjennom hele intervjuprosessen. Dette dokumentet er basert på oppsettet til IMDI (2010) sin mal for intervjuguide, og vil bestå av de samme fasene som den inneholder; Fase 1: Rammesetting, Fase 2: Erfaringer, Fase 3: Fokusering, og Fase 4: Tilbakeblikk. Fase 1 består av å informere deltakeren om intervjuet, fase 2 og 3 består av spørsmål til vedkommende, og fase 4 består av oppsummering.

Før intervjuet gjennomføres skal deltakeren skrive under på en personvernserklæring. Dette er for å sikre at prosjektet ikke blir satt i et uetisk lys ved en senere anledning. Informasjonen som skrevet her, er basert på NSDs krav for opplysning ved lagring og bruk av personopplysninger. Opplysningene som skal behandles er da lydopptak fra intervju, navn, alder, og bilder av vedkommende. Denne informasjonen skal ikke vises videre til andre, og sensitiv informasjon skal elimineres ved slutten av denne oppgaven. (Vedlegg: Meldeskjema bekreftelse NSD)

Spørsmålene som skal stilles, er basert rundt problemstillingen og dens underspørsmål (Vedlegg: Researchdokument side 23-24)

Her vil det være viktig å få frem deltakerens erfaring innenfor aktiviteten, samt hvorfor de tar del i dette miljøet, og hva dette har gjort for de som person. Jeg vil også ta denne muligheten til å spørre

hva de forventer av resultatet fra fotograferingssessionen, slik at jeg kan bygge planleggingen ut fra dette. En viktig faktor å huske på ved formuleringen av de ulike spørsmålene var å unngå ledende spørsmål, og spørsmål som kan generere ja/nei svar.

Etter at intervjuene blir gjennomført, skal databehandler transkribere intervjuene gjennom bruk av lydopptak. Videre skal dette brukes til analyse, og for å trekke ut sitater fra vedkommende til bruk i designløsningen.

3.2.2 Analyse

Deltakerne har et variert nivå av erfaring innenfor aktiviteten, fra 3 til 9 år dedikert til denne aktiviteten. Deltakerne var i aldersgruppen 14-20 år når de startet med cosplay.

Under intervjuene var det en enighet om at interessen for cosplay starter fordi man mangler en følelse av tilhørighet andre steder, og at cosplay går hånd i hånd med en allerede etablert interesse innenfor nerdekultur. Cosplay blir som oftest introdusert til vedkommende gjennom en bekjent, eller via påvirkning fra ulike medier. De fleste deltakerne fortsatte med cosplay fordi den første “convention” opplevelsen deres var positiv, der de hadde en arena for å ha sosiale interaksjoner med likesinnede mennesker som har lignende eller samme interesse som de selv. Mesteparten av intervjuobjektene mente at de har blitt mer utadvendt etter at de startet med cosplay. Gjennom intervjuene kan man se at deltakerne fikk en arena for sosial interaksjon og kreativt utløp, og at dette har hjulpet de med å bli en mer ideell versjon av seg selv.

Man kan analysere denne hendelsen ved hjelp av johari's vindu (Luft 2004, 2); Vedkommende kommer inn i cosplay-miljøet med et lite åpent felt, ettersom lite informasjon om personen er delt blant resten av gruppen. Gjennom allerede etablerte medlemmer, som da har et større åpent felt, hjelper de til med å utvide dette feltet gjennom å gi tilbakemelding til vedkommende. I retur kan det nye tilskuddet også hjelpe seg selv ved å lytte og be om tilbakemelding. Det mest effektive er da å avsløre informasjon, følelser og andre personlige faktorer med andre. Hva er de nye tilskuddenes motivasjon til å dele denne informasjonen med allerede etablerte cosplayere? Vi kan da se på deres fellesinteresse som bringer dem til miljøet, samt faktoren over at de fleste kommer fra den samme bakgrunnen av å føle seg utstøtt på en eller annen slags måte.

Cosplay blir sett på som en positiv innflytelse på deltakernes identitet, og flere av de mener at hobbyen har hatt mye å si for hvordan de har blitt som person. Deltakerne nevner at cosplay har både gitt de sosiale ferdigheter, samtidig som at det er et område der man kan slå seg løst kreativt.

Likheter ved valg av karakterer hos deltakerne baseres på personlighet, der de fleste velger karakterer som ligner på sin egen personlighet, eller som har personlighetstrekk man ser på som ideell. Dette stemmer ut fra den ene hypotesen som ble lagt basert på *"Who I want to Be": Self-Perception and cosplayers' identification with their favorite Characters* (Reysen 2018), der man fant ut at flertallet av cosplayere velger karakterer man ser opp til. Ut fra dette kan man se at folk ønsker å tilegne seg lignende trekk ved å sette seg inn i en karakter som har dette trekket. Men dette er ikke alltid saken. Man kan også se at valg av karakterer baseres ut fra sin egen estetikk, og at de oppfyller de kravene som personen selv har satt som sin egen standard.

Det kom frem flere ulike synspunkter på hvorfor noen kler seg ut som et annet kjønn, og andre ikke. Mye av det som ble sagt, var det samme som kom frem i Lamerichs analyse av hvorfor enkeltpersoner gjennomfører crossplay (2011). De liker egenskapene og personlighetstrekkene karakteren har, de liker utfordringen av å gjennomføre store forandringer for å skape en reaksjon hos andre, mens andre mente dette var en mer nøyaktig representasjon av deres egen kjønnsidentitet. Flere mente at det er en mangel på kvinnelige karakterer som man kan kjenne seg igjen i innenfor både film, spill og anime, og at dette også kan være en grunn til at mange kvinner tyr til crossplay. Kvinnekarakterene er ofte mer underbygd enn sine mannlige motparter, og derfor er det mer "attraktivt" å cosplaye menn. Et annet syn som kom frem var at det å cosplaye gutter, fra blant annet anime, får de til å se androgyne ut; at man verken har et feminint eller maskulint uttrykk. I denne konteksten ble dette mer sett på som en type stil, i stedet for at det gjenspeiler deres eget kjønn. Man kan derfor si at crossplay ikke alltid reflekterer ens kjønnsidentitet, men er mer en handling for å utforske spekteret som kjønnsuttrykket ligger under.

Det kom frem i undersøkelsen av deltakerne føler seg mye mer åpen etter at de ble med i cosplay-miljøet. De har større forståelse om folk er annerledes enn seg selv, og oppfatter seg som mindre dømmende enn det de var før de startet med aktiviteten. Mange mente at dette er på grunn av cosplay-miljøets sterke tilknytning til LGBTQ+-miljøet, og at man derfor får høy eksponering av at det finnes flere muligheter for de som ikke føler at de passer inn som heteroseksuelle. Andre fordeler som cosplay har gitt deltakerne er motet til å kunne snakke med andre fremmede, ettersom dette er en vanlig utøvd aktivitet i cosplay-miljøet. Vi kan derfor se koblinger med dette til hvorfor de fleste cosplayere har så mange venner i miljøet. Alle deltakerne tar del i sosial interaksjon med fremmede cosplayere på "conventions", der noen gjør det i større grad enn andre. De fleste opplevde dette som en positiv opplevelse, både ved å møte cosplayere på «conventions» og gjennom sosiale medier.

Innenfor hvor stor grad deltakerne skilte mellom privatperson og cosplay-persona varierte veldig. Noen har et tydelig skille mellom de, mens andre er veldig åpen om at de cosplayer. En deltaker mente også at de ble mer seg selv når de cosplayet. Det å ha et sterkt skille mellom cosplay og privatliv har

noe med at man ikke vil dømt av andre. Man ønsker ikke at folk skal stemple deg som en “nerd”, og man vil gjerne bli oppfattet som mer seriøs. Dette var spesielt utbredt blant deltakerne som utdanner/er utdannet i fagområder som ikke er kreative fag. Man kan derfor se at det ligger en viss stigmatisering av cosplayere blant mennesker som ikke har nok forkunnskaper om hva dette egentlig er. Blant deltakerne var en stor enighet om at det var enklere å eksponere cosplay persona'en på sosiale medier i forhold til egen person. I denne konteksten var det spesielt instagram som ble nevnt. Mange mente at dette var enklere, fordi det er mye mer anonymt, samtidig som at det er så annerledes fra hverdagslige aktiviteter:

«Mye av de dagligdagse tingene man gjør ofte blir litt kjedelig. Ved å følge cosplay kontoer på instagram får man et innblikk i hvordan folk lager cosplay, og man kan lære nye ferdigheter, og er bare mye spennende enn det man opplever i hverdagen.» - Julie Filion

Det kom også frem at det er vanskelig å poste av sin egen person ettersom det forventes at man skal være perfekt. Her setter cosplay en litt urealistisk standard på hvordan mennesker faktisk ser ut uten all “pynten” som er sminke og parykk. Det er lett å sammenligne seg selv med andre, og føle at man ikke er “god nok”. Her kommer det også frem det presset om å se perfekt ut; at man må ligne nøyaktig på en karakter som ikke engang er ekte. Derfor tyr folk ofte til overretusjering, og man ender opp med et urealistisk syn på seg selv. Dette er noen av de negative faktorene som ble ramset opp av deltakerne i denne undersøkelsen. Så vi kan se at cosplay er langt fra en “perfekt” hobby.

3.3 Medietekster

Innenfor medietekster var det ønskelig å finne et par dokumentarer som tar for seg mennesker som snakker ut som sine opplevelser om cosplay. Dette vil bli brukt som en kilde for å bygge opp den allerede etablerte forståelsen rundt cosplay og identitet. Om man kan finne gjentakende elementer her, kan man trekke slutninger om at dette vil være felles for de fleste cosplayere. Dette vil da virke som et hjelpemiddel for å vinkle boken slik at flere i målgruppen vil kjenne seg igjen i.

Medietekstene som ble valgt ut var en amerikansk dokumentarserie kalt Fan Chronicles, og en japansk dokumentar kalt World Cosplayers. I Fan Chronicles valgte jeg å fokusere på episode 3, så da omhandler cosplay fotografi. World Cosplayers handler mer om selve konkurransedelen av cosplay, og viser cosplayere fra forskjellige land og kulturer. Dokumentarene har blitt valgt på grunnlag av at de viser cosplayere fra ulike ståsteder, både gjennom kultur og tradisjoner, men også gjennom deres roller i cosplay-miljøet. Begge dokumentarene gir oss forskjellige synspunkter på hvordan cosplay har påvirket deres egen person.

For sammendrag av hver medietekst, se Vedlegg: Researchdokument, 28-30.

En klar faktor som går igjen både i dokumentarene og intervjuene, er koblingen mellom selvbilde og den sosiale tilhørigheten. Som tidligere nevnt kan vi sette denne sammenhengen opp mot kommunikasjonsmodellen Johari's vindu. Ved å eksponere personlig informasjon til utvalgte personer, vil vedkommende bli mer tilstede i miljøet (Luft 2004, 2). Det er flere faktorer som spiller inn på hvem vedkommende velger å eksponere denne informasjonen til, blant annet fellesinteresser, deres sosiale kjemi, og bakgrunnen til vedkommende. Gjennom dette kan man føle en sterkere tilhørighet til denne gruppen om de allerede etablerte medlemmene viser interesse og gir tilbakemeldinger. Cosplay er en veldig utseende fokusert aktivitet. Ved å få positiv tilbakemelding på dette feltet, vil man over tid bygge opp sitt eget selvbilde. Man kan derfor si at det positive synet på eget selvbilde er et resultat av det sosiale samholdet vedkommende har oppnådd i cosplay-miljøet. Jeg ønsker derfor å vinkle bokens innhold mot akkurat dette.

4.0 Designbrief

4.1 Prosjektoversikt og bakgrunn

For dette prosjektet skal designløsningen være en fotobok som baseres ut fra coffee table book sjangeren, der cosplay fotografi brukes som et historiefortellende virkemiddel. Innenfor konkurrenter kan vi finne en rekke bøker og magasiner basert på målgruppens interessefelt; andre norske og internasjonale cosplaybøker, tegneserier, skjønnlitterære verk, og konseptbøker. Ettersom distribusjonen av boken vil skje gjennom norske butikker som målgruppen viser interesse for, som Outland og Nerdeportalen, vil andre cosplaybøker som selges gjennom disse butikkene virke som hovedkonkurrenter. Prisklassen til boken er basert rundt konkurrentenes prisnivå, og boksjangerens eksklusive preg. Boken vil derfor ligge på rundt 200 kr per eksemplar.

Fotografens egen identitet skal implementeres i boken, og virke som bokens hovedavsender. Til utformingen av bokens design skal man ta hensyn til designtrender man ser igjen i andre fotografifokuserte cosplaybøker; lite bruk av tekst, der bildene får snakke for seg selv. Forsiden er preget med bilder av cosplayere som boken inneholder, og tittel/undertittel inneholder ofte «cosplay». Grotesk er skrifttypen som er mest gjengående. Prosjektets forretningsstrategi går ut på å skape interesse hos målgruppen for å fremme virksomheten til fotografen, og skal være med på å legge et mere allment fokus på individene som driver med cosplay.

Primærmålgruppen i prosjektet består av personer i aldersgruppen 18-30 år som driver med aktiviteten cosplay. For en mer definert avgrensning er det individer som faller innenfor det geografiske området oslo og akershus, men ser ikke bort fra at de fleste byene i Norge som har en Outland butikk kan regnes innenfor dette. I sekundærmålgruppen finner man folk som viser interesse for cosplay, men som kanskje ikke vet helt hva dette er. Her har man vurdert en litt mer yngre målgruppe, da cosplayere gjerne kommer inn i miljøet i en ung alder.

Innholdet i boken skal baseres ut fra fotostilen til fotografens eksisterende portefølje, men skal med dette ikke bruke noen av bildene fra tidligere arbeid. Det skal derfor gjennomføres flere fotograferingssessioner til denne boken. For å skape et design som passer til bildenes stil, og målgruppens behov, har det blitt satt en rekke ulike forretningsmessige mål som skal følges opp med designstrategier for å sikre en optimal løsning på designet. Til slutt er det blitt satt opp en fremdriftsplan på 6 faser som skal styre gangen i designprosessen.

4.2 Bransjekartlegging

4.2.1 Produkter/tjenester

Boken som skal designes skal operere innenfor coffee table book sjangeren, og skal inneholde cosplay fotografi presentert ved hjelp av historiefortellende virkemidler. Coffee table books kan beskrives som bøker som skal være lette å lese. De er gjerne store, og har ofte mye bilder i seg som skal virke som inspirasjon. En slik bok er ikke designet til vanlig lesing, men heller at man skal kunne trekke inn de visuelle elementene. Coffee table books er ofte plassert på et sted hvor folk enkelt kan se de, og blir ofte brukt som pyntegjenstander i hyller og på bord (Gaden 2017). For å definere designløsningen med en norsk betegnelse, kan man derfor kalle det en fotobok. Fotobøker med cosplay som tema er populære i utlandet, men foreløpig har vi ingen norske varianter av dette.

4.2.2 Hovedkonkurrenter

De største konkurrentene for designløsningen vil først og fremst være cosplaybøker som er lett tilgjengelig for målgruppen gjennom norske butikker. Her finner vi den eneste norske cosplayboken *Den lille Cosplayboka*, og flere av Kamui Cosplay sine veiledende bøker. Begge disse bøkene er lagd for veiledende bruk, og har derfor ikke det samme formålet som denne fotoboken.



Til venstre: Den lille cosplayboka. Til høyre: 'Kamui Cosplay's tutorial books'

Andre konkurrenter innenfor norske butikker vil være concept-art bøker til film, spill og tegneserier, og tegneserier i seg selv. I tillegg til dette har vi skjønnlitterære bøker innenfor sjangere som fantasy og sci-fi. Grunnen til at disse er konkurrenter for fotoboken, er fordi målgruppen vanligvis går for denne typen litteratur når de ønsker å lese en bok. Concept-art bøker og tegneserier havner innenfor det samme, men har en liten forskjell ved at de legger større fokus på det visuelle. Dette havner derfor i akkurat samme bane som fotoboken.

På en internasjonal basis har fotoboken flere konkurrenter å forholde seg til. Her kan man finne flere trykksaker med cosplay som tema, som da regnes som konkurrenter. Disse er vanskeligere å oppdage ettersom de er mye mer spredd gjennom internett. Her finner vi blant annet andre cosplay relaterte fotobøker, og cosplay-magasiner som det danske DKos og det tyske Cohaku. Magasinene omhandler gjerne mer enn bare bilder, og har ofte flere sider med intervju av cosplayere/fotografer, rapporter fra ulike cosplay relaterte arrangement, og tips og triks på hvordan man kan lage deler til et kostyme. Selv om dette er saken, er magasinene fortsatt veldig relevante som konkurrenter ettersom de er en veldig populær trykksak blant målgruppen.

4.2.3 Prisklasse og distribusjon

Vi kan se at konkurrentenes varer er distribuert via butikker som omhandler bøker og populærkultur, og gjennom nettbutikker. Butikker som vil være relevant å distribuere denne boken til, vil da være Outland, Nerdeportalen, og andre nettsider som har et stort omfang av bøker i forskjellige sjangre. Slike nettbutikker kan blant annet være Adlibris. Hovedsakelig ønsker jeg at boken skal distribueres til Outland og Nerdeportalen. Outland selger mange type bøker som havner innenfor nerdekultur, og har et lite sortiment innenfor cosplay relaterte bøker. Nerdeportalen er en nettbutikk som hovedsakelig er dedikert til cosplayere, men har også mye annet å by på for folk som interesserer seg innenfor nerdekultur. Begge virksomhetene selger hovedkonkurrentenes bøker, men hovedforskjellene mellom de er at Outland har et mye større sortiment i tillegg til at det er en fysisk butikk.

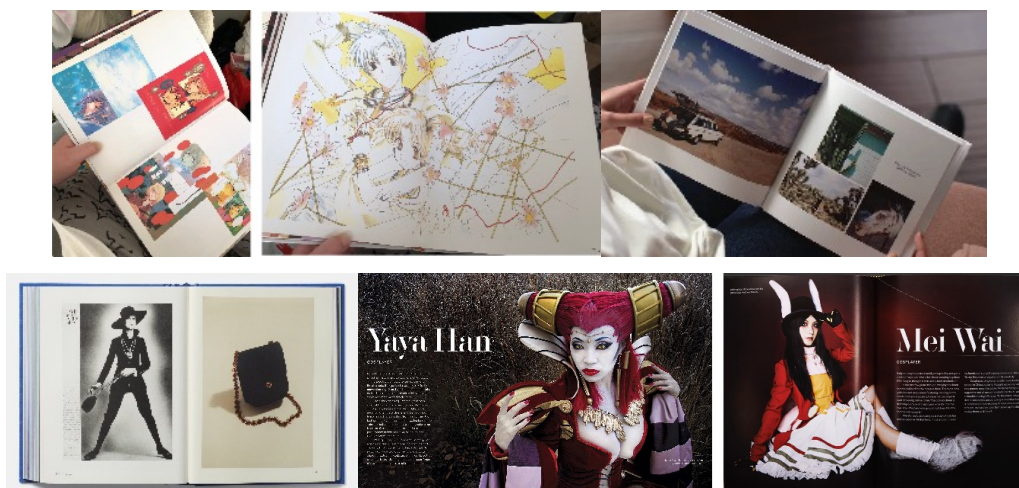
Prisklassen til konkurrentene varierer utfra bokens størrelse; antall sider og format, og hvilke materialer som har blitt brukt for å binde sammen boken. Hovedkonkurrentenes bøker ligger i prisklassen 99-199kr, der Kamui cosplay sine bøker er de dyreste. Disse bøkene har et mye større format og antall sider i forhold til Den lille cosplayboka. Coffee table books blir sett på som estetisk fine bøker, og det vil derfor være relevant å få boken innbundet. Denne typen bøker blir også sett på som store og dyre. Dette ser vi igjen i de utenlandske fotobøkene som dreier seg rundt cosplay, som havner i prisklassen 150-300kr. Jeg vil prøve å unngå at boken blir for dyr, ettersom en stor del av målgruppen er studenter. For å ta hensyn til denne delen av målgruppen, har jeg sett for meg at designløsningen vil ligge på rundt 200kr per eksemplar.

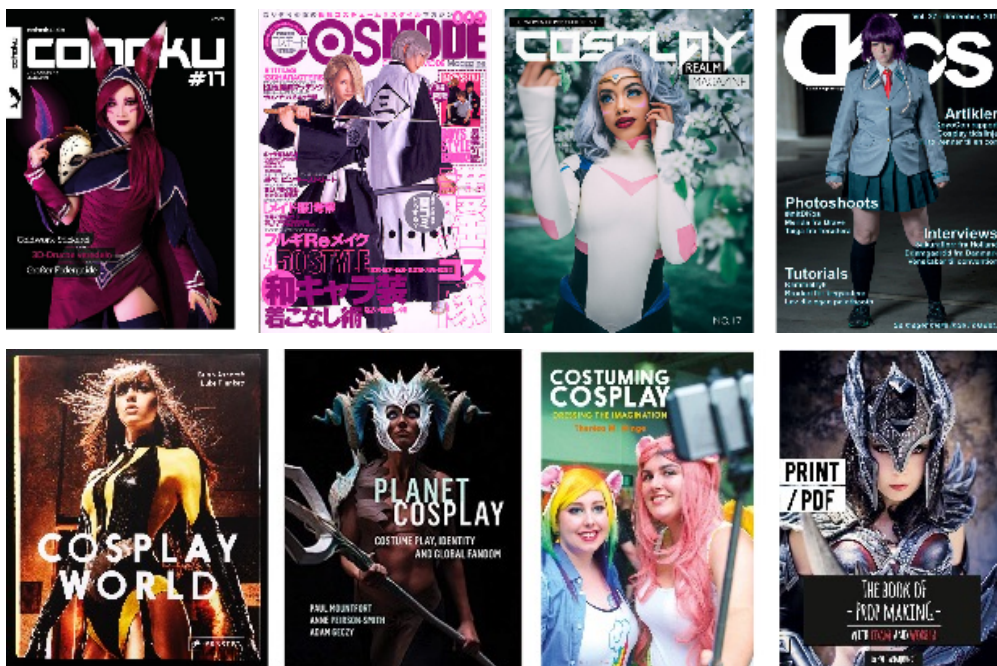
4.2.4 Image/omdømme

Produktet skal ikke utvikles ut fra en eksisterende virksomhet, men skal ta i bruk fotografens eksisterende visuelle identitet ved utformingen av det trykte mediet. Denne boken kan da brukes som et virkemiddel til å promotere fotografens egen virksomhet. Boken skal derfor bære fotografens logo som signatur på deres deltakelse i dette prosjektet.

4.2.5 Designtrender

Fotobøker inneholder et variert innhold ut fra hvilken bransje og formål den er skapt for. Vi kan se at i de fleste bøkene har de lite mengdetekst i forhold til andre typer litteratur, og at det derfor er et større fokus på det visuelle. Fotobøker legger derfor ofte størst vekt på det estetiske. Omslaget skal se pent nok ut i seg selv for å kunne fungere som «pynt» på et salongbord. Innholdet skal da gjenspeile denne estetikken. I kunst- og fotobøker kan man se ulikt oppsett av bildene for hver side, der noen oppslag kan ha et fulldekkende bilde og andre kan bestå av flere mindre bilder. Man kan også se at designerne har lagt vekt på luft i komposisjonen, for å gi leserne litt pause mellom hvert oppslag.





En rekke trykksaker innenfor cosplay magasiner og -bøker.

Innenfor cosplay bransjen ser man sterk emnebetoning gjennom de fleste trykksakene. Både bøkene og magasinene deler fellestrekk her, men hovedsakelig skal vi fokusere på fotobøkene. Omslagene viser alltid bilde av en eller flere cosplayere, som gjerne blir brukt som blikkfang i komposisjonen. Bøkene er også alltid tydelig merket med Cosplay, i tittel eller undertittel. Ulikhetene finner vi i selve innholdet, der de fleste bøkene varierer med innhold de har valgt å fokusere på. Fellestrekkene vi ser igjen her er at de bruker bilder av cosplayere for å formidle en historie til leseren. Grotesk er det mest brukte skriftvalget innenfor sjangeren.

4.2.6 Overordnet forretningsstrategi

En av prosjektets viktigste forretningsstrategier er å skape en interesse hos målgruppen. Gjennom kvalitative intervjuer kom det frem at det er et behov for å normalisere aktiviteten cosplay, slik at deltakerne unngår å bli stigmatisert av utenomforstående. Ved å publisere en bok som legger vekt på dette behovet, som viser frem cosplayere på en relaterbar måte, vil boken kunne skape lojalitet hos målgruppen. Gjennom å publisere denne boken, vil fotografens tjenester og produkter bli satt i fokus. De vil få mer omdømme innenfor den ønskede målgruppen, og vil derfor få flere kunder. Boken i seg selv kan da virke som en slags reklamering for fotografens arbeid.

For å nå oppnå dette, vil det være viktig å distribuere bøkene gjennom relevante butikker som målgruppen tar i bruk. Det vil også være viktig å reklamere for boken gjennom kanaler som målgruppen tar i bruk på en daglig basis, blant annet sosiale medier som facebook og instagram.

Gjennom dette vil det være flere som blir eksponert for boken, og det vil skape en større bevissthet for produktet.

4.3 Målgruppekartlegging

Primærmålgruppen består av personer som allerede tar del i cosplay-miljøet. For at spekteret ikke skal være for stort, valgte jeg å avgrense målgruppen til det geografiske området Oslo/Akershus. Det er her de fleste cosplay-messene tar sted, og de fleste som tar del i aktiviteten bor derfor i dette området.

Innenfor dette er den uttenkte aldersgruppen 18-30 år, som da er basert på gjennomsnittsalderen til norske cosplayere. Deres motivasjon for å kjøpe boken vil være at den representerer en aktivitet de liker å ta del i. Boken kan da virke som en inspirerende faktor; både ved hjelp av estetisk pene bilder, og med den følelsen man får av å se andres perspektiv på cosplay som fellesinteresse. Ved å gjennomføre cosplay ønsker personene å gjenspeile fiktive karakterer på best mulig måte, men utenfor dette ønsker de å fremstå som normale mennesker. Jeg føler det er viktig å gjenspeile dette synet på cosplayernes eget image i designløsningen, slik at det blir enklere for målgruppen å kjenne seg igjen.

I sekundærmålgruppen finner vi yngre mennesker, gjerne tenåringer, som ikke enda vet hva cosplay er, som viser interesse for de fiktive verdenene som cosplay er basert rundt. Disse individene er de jeg liker å kalle «potensielle» tilskudd til cosplay som hobby. For definering av denne gruppen var det veldig nyttig å høre hvordan intervjuobjektene oppfattet seg selv før de startet med cosplay. Den uttenkte aldersgruppen er da 14-20 år. Deres motivasjon for å kjøpe denne boken vil da være at boken viser til et annet interesseområde som de liker. I denne segmenteringen har jeg valgt å ikke legge vekt på det geografiske, men man kan se for seg at det vil være relevant for de som bor på de stedene hvor Outland har fysiske butikker.

Man kan nå ut til målgruppen i sin helhet gjennom flere kommunikasjonskanaler. Sosiale medier som facebook, twitter og instagram, venner, familie og jobb/skole vil jeg si er de viktigste.

Primærmålgruppen vil også ha de ulike cosplay messene som en veldig aktiv kommunikasjonskanal.

Mulighetene for denne boken i forhold til målgruppen vil være at den dekker et nisjeområde som ikke er så utbredt blant norsk litteratur. Det vil derfor vekke mer innsikt over cosplay som hobby, og redusere folks uvitenhet rundt temaet. Samtidig kan den vise frem cosplay på en menneskelig måte, slik at både primær- og sekundærmålgruppen kan kjenne seg igjen i deltakernes verdier og utfordringer. Utfordringer som da kan komme frem kan da være at noen cosplayere kan være uenig med måten man har valgt å presentere cosplay på.

4.4 Virksomhetens helhetlige portefølje

Designløsningen skal ikke utvikles ut fra en allerede eksisterende virksomhet, men skal bygges ut av fotografens allerede eksisterende visuelle identitet. Ettersom den grafiske designeren og fotografen i denne sammenheng er samme person, er det ikke noe som må tas hensyn til kommunikasjonsmessig. Det vil derimot være relevant å implementere den visuelle identiteten til fotografen i fotoboken. I tillegg har fotografen en allerede etablert fotostil som skal brukes i designløsningen.



Fotografens logo, skal implementeres i boken.

Fotografen går under navnet Juju in the Box. De spesialiserte seg innenfor cosplay fotografi, som da betyr at de bare tar bilder av personer i kostymer som prøver å gjenspeile en fiktiv karakter. De har derfor en vesentlig stor portefølje innenfor dette fagområdet. Her finner man bilder fra fotografering tatt i sammenheng med cosplay arrangement, og såkalt «on-location» fotografering. Fotografen tar derfor betalt for å ta bilder av kunder, bearbeide de som ønsket, og så sende de tilbake til vedkommende.

Designløsningen skal ikke inneholde noen bilder fra den allerede eksisterende porteføljen til fotografen, og det skal derfor gjennomføres flere runder med fotograferinger før designløsningen kan bli ferdigstilt. Dette blir gjort for å skape en større slektskap mellom historiene i bildene, slik at det skal passe under et overordnet tema.

4.5 Forretningsmessige mål og designstrategi

Forretningsmessige mål	Designstrategi
<i>Fotoboken skal tydelig gjenkjennes av målgruppen ved hjelp av dens visuelle uttrykk.</i>	<ul style="list-style-type: none">- Ta inspirasjon fra andre bøker innenfor temaet cosplay for å skape emnebetoning.- På omslaget skal en cosplayer være tydelig avbildet for å skape blikkfang.- Boken må være klart merket med ordet «Cosplay» i bokens tittel eller undertittel, for å vise at forfatteren har kunnskaper om denne nisjen.- Man må reklamere for boken på flater hvor målgruppen vil få øye på de; i relevante butikker og på sosiale medier.
<i>Innholdet skal presenteres på en måte som setter fokus på det visuelle aspektet ved boken.</i>	<ul style="list-style-type: none">- Typografi som bygger opp det visuelle, og ikke tar alt for mye oppmerksomhet.- Oppsettet av bilder og layout må bygges ut fra historiefortellende virkemidler, slik at man ser at bildene forteller en historie.- Et satsspeil som fremhever både liggende og stående bilder.
<i>Boken skal differensiere seg fra sine konkurrenter.</i>	<ul style="list-style-type: none">- Et overordnet konsept som gir mer dybde til designløsningen- Minimalt bruk av løpende tekst- Norsk skriftspråk
<i>Fotografen skal fremstilles som avsender av bildene i denne boken.</i>	<ul style="list-style-type: none">- Den visuelle stilen til fotografen skal brukes i bildene.- Boken skal inkludere fotografens logo på omslag og i innholdet av boken.
<i>Fotoboken skal baseres rundt funn fra de kvalitative intervjuene.</i>	<ul style="list-style-type: none">- Boken skal inneholde fotografi som bruker sterke farger som virkemiddel- Boken skal inneholde sitater som forklarer deltakernes tilhørighet til cosplay.- I boken skal hver cosplayer presenteres med deres cosplay alias i samspill med deres ekte navn.

4.6 Prosjektets omfang, framdriftsplan og budsjett

Fase 1: Godkjent designbrief

Innhold: Det skal formuleres en designbrief basert på research innenfor valgt tema og problemstilling.

Resultat: Ferdig formulert designbrief som skal legge rammene til hva som skal gjøres i løpet av designprosessen.

Tidsfrist: 25.mars

Fase 2: Fotografering

Innhold: Det skal gjennomføres grundig planlegging før fotograferingen starter: Blant annet karakterstudier, utforsking av fotograferingssteder, skisser til storyboard og moodboard. Etter nøye planlegging skal åtte runder med fotografering gjennomføres. Det skal deretter gjøres et utvalg av bildene, som da skal etterbehandles for å passe til karakterens verden og humør.

Resultat: Åtte sett med ferdig redigerte bilder som kan brukes i boken.

Tidsfrist: 15. april.

Fase 3: Idegenerering

Innhold: Gjennom å bruke ulike idegenereringsmetoder skal det utvikles flere ulike idegrunnlag som skal bygges videre på i konseptutviklingsfasen.

Resultat: Flere forskjellige ideer som kan tas videre.

Tidsfrist: 21. mai.

Fase 4: Utvikle konseptuelle retninger for designløsning

Innhold: Basert på idegenereringen vil det utvikles flere ulike konsepter. Gjennom disse konseptene skal man lage design til flere flater av boken, slik at man får en ide over hvordan konseptet ville sett ut i praksis. Flater som skal legges vekt på vil da være omslag og bildesider.

Resultat: Minst tre konseptuelle retninger som skal legge grunnlaget for den videre utformingen av designet.

Tidsfrist: 1. mai.

Fase 5: Videreutvikle og fremstille utvalgt retning fra fase 4

Innhold: Det skal bygges videre på en eller flere ideer fra konseptutviklingen. Alle delene av boken skal designes, og optimaliseres ved hjelp av prøveprint.

Resultat: Ferdig design av fotobok som skal sendes til trykk.

Budsjett: 1 500 kr.

Tidsfrist: 10. mai

Fase 6: Klargjøring av oppgaveelementer for levering og presentasjon

Innhold: Avvente at boken skal trykkes og sendes av trykkeriet. Utforming av reklamemateriell som skal presenteres på ulike flater, presentasjonsdokument og presentasjonsplansje. Klargjøre og printe ut research- og skissehefte, og skrive ferdig skriftlig avhandling.

Resultat: Ferdig gjennomført og innlevert bacheloroppgave.

Tidsfrist: 29. mai kl. 09.00

5.0 Kreativ Prosess

5.1 Fotografering

I de kvalitative intervjuene kom det frem at cosplayerene liker at fotografen er kjent med karakteren de cosplayer som, og det fiktive universet de er fra. Dette gjør det enklere for fotografen og cosplayeren å samarbeide, der begge vil ha en forståelse over hva som må gjøres for å gjenskape karakterens atferd og miljø på best mulig måte.

Planleggingsfasen startet derfor med en karakter-studie av hver karakter, der det ble vurdert flere ulike faktorer som kan definere hvordan fotograferingen skal settes opp. Her var det viktig å finne ut av karakterens humør, atferd i samspill med andre, hvordan deres verden ser ut, og hva bakgrunnshistorien deres er. Den siste faktoren kan være med på å sette den narrative oppbygningen av scenarioet, mens de andre faktorene bestemmer mer av hvilke følelser bildene skal gjengi, hvilke poseringer karakteren burde gjøre, og hvor man burde ta bildene. Om du ønsker å lese mer om funnene som ble gjort i karakterstudiene, se vedlegg: researchhefte, 58-65. Etter dette ble det også gjennomført en kartlegging av passende steder til gjennomføringen av de forskjellige fotografsessionene, som tok inspirasjon fra funnene i karakterstudiene. (Vedlegg: researchhefte, 66-73)

5.1.1 Storyboard

Ettersom det ønskelige utfallet for designløsningen er at bildeseriene skal fortelle hver sin historie, vil det være relevant å sette innholdet i de ulike bildene opp mot hverandre i etterfølgende sekvenser. Som planlegging ble det derfor bestemt at det skulle lages et storyboard til hver bildesession, som legger føringen til scenarioet som skal spilles ut under fotograferingen.

I denne metoden ble det gjennomført enkle skisser for å få et innblikk i karakterens posering og handling. Dette baseres ut fra informasjon tidligere definert i planleggingsfasen, som karakterens atferd, kjennetegn og utseende, for å skreddersy scener som ville vært realistisk for karakteren å

gjennomføre. Plassering av cosplayeren i formatet var da basert på tredelingsprinsippet (NDLA 2017) Gjennom å sette opp et storyboard var det mer enkelt å huske hva man ønsker å oppnå med fotograferingsøkten, og derfor være mer effektiv. Med mål og mening blir det også en historiefortellende sammenheng i bildene. For en nærmere titt på skissene, se vedlegg: Skissedokument, 5-8.

En feilkilde med denne metoden, som jeg oppdaget under fotograferingen, er at ikke alt er like realistisk å gjennomføre i den virkelige verden. Ettersom mye av poseringen var basert på fiktive karakterer, så man flere situasjoner hvor det ikke var fysisk mulig for cosplayeren å gjenskape planlagte poseringer fra karakteren. Handlingen i bildene måtte derfor justeres ut fra dette.

5.1.2 Moodboard

Moodboard brukes som en visuell fremstilling av humøret karakteren gir, som da skal gjenspeiles i bildene. Det skal hentes en fargepalett ut fra dette, som skal virke som en veilendende guide til bruken av farger i etterbehandlingen av bildene. Denne fargekombinasjonen skal endres på for å inkludere flere farger innenfor ulike kontraster, om det fra før ikke er nok variasjon i dette. Valg av fargekombinasjoner i forhold til følelsene fremstilt i bildene skal passe til vår oppfattelse av farger, definert i vedlegg: researchhefte, 55, og Ittens lære innenfor fargekontraster og fargeharmoni (Itten 1987).

5.2 Metoder for idégenerering

Dette markerer starten av den kreative prosessen innenfor designutviklingen. I denne fasen var det viktig å åpne opp for absurde tanker og gjennomføringsmåter som skal hjelpe til å lage unike ideer. Disse ideene skal da legge grunnlaget for hva som skal gjennomføres i konseptutviklingen. Alle metodene brukt i idegenereringsfasen er basert på metoder av Erik Lerdahl som beskrevet i boken *Slagkraft* (2015).

5.2.1 Brainstormingsmetoder

I starten av idegenereringsfasen gjennomførte jeg et par brainstormingsmetoder. Metodene som ble gjennomført var da tankekart og kryssmetoden. (Vedlegg: Skissedokument, 22 og 24) Dette ble gjennomført for å frigjøre assosiasjoner til ulike aspekter ved oppgaven, blant annet ovenfor bokens tematikk om cosplay fotografi i samspill med identitet. I gjennomførelsen var det viktig å få ut ideer uten å være kritisk, da dette ødelegger for det kreative formålet ved metodene. Ettersom de fleste brainstormingmetodene er ment for å gjennomføres i grupper, har man jobbet litt løst innenfor regelverket lagt for metodene. Metodene skal hjelpe med å komme på nye ideer ved å ta inspirasjon

fra andres assosiasjoner, som er vanskelig å få til alene. Man håndterte brainstormingen da som en metode for å få alle tankene ut i det virkelige liv, og gir en god oversikt over hva som kan brukes videre til et potensielt konsept.

5.2.2 Vrengningsmetoder

Videre var det ønskelig å gjennomføre flere metoder som kan virke som et slags supplement til funnene i brainstormingen. Det ble derfor vektlagt å gjennomføre en rekke vrengningsmetoder, som da hjelper med å tvinge hjernen inn på andre spor. Lerdahl beskriver disse idegenereringsmetodene som en måte å fremmedgjøre det kjente, slik at vi skal kunne generere nye løsningsforslag til situasjonen. (2015) Man må åpne mer opp for absurde tanker. Under vrengningsmetoder prøvde jeg ut «legge til/fjerne forutsetninger» og ulike «hva om..?»- scenarioer. (Vedlegg: Skissedokument, 25-28)

Jeg følte disse metodene for idegenerering var mye mer effektive enn de jeg gjennomførte under brainstormingen. Dette kan ha noe med at du blir tvunget til å se situasjonene fra ulike perspektiv, og dette åpner opp for flere absurde tanker.

5.2.3 Card Sorting

Denne metoden ble hovedsakelig brukt for å eksperimentere med ulike sammensetninger av bilder til boken. Dette vil gjøre det enklere å se bildene i sin helhet, og da kunne forsikre seg at hvert bilde får en god plassering i boken. Ved at card sortingen ble gjennomført med fysiske kort, kunne man lett bytte om på ulike kombinasjoner av bilder. Denne metoden fikk meg til å se at det var flere måter å kategorisere bildene på, og ikke bare innenfor en bildeserie. (Vedlegg: skissedokument, 43-47)

5.3 Konseptutvikling

I denne fasen tok jeg videre de ideene fra idegenereringsfasen som jeg trodde hadde mest potensiale til å gi et variert omfang av eventuelle designløsninger.

5.3.1 Tegneserie

Et konsept skapt ut av sammensetningen Tegneserie-humor (Vedlegg: skissedokument, 24) som da var basert ut fra målgruppens interessefelt innenfor tegneserier og manga. Man tok da inspirasjon av utformingen til disse mediene for å bruke dette som virkemiddel til å gjengi bilder i designet. Blant annet kan man se mye bruk av diagonale linjer i bildeformatene, som skaper fart i komposisjonen.

5.3.2 De fire temperamentene

Et konsept som er basert ut fra oldtidsklassifikasjonen av temperament (SNL 2018) Konseptet passer godt til oppgavens problemstilling da temperament tar for seg ulike følelser hos mennesket, som da

reflekterer andres oppfattelse av oss innenfor fire ulike kategorier; flegmatisk, kolerisk, sangvinsk og melankolsk. Dette er en veldig generell kategorisering, og derfor blir det vanskelig å definere en person innenfor bare en av disse kategoriene. Man kan se på dette som en av hovedårsakene til at denne klassifikasjonen er utdatert.

Designmessig har det blitt vektlagt firdeling, for å henvise til de fire temperamentene, og at boken skal kategorisering etter de ulike følelsene gjengitt i bildene. For å vise til det gamle ved denne tenkemåten, har man prøvd ut antikva til de typografiske elementene.

5.3.3 Lys & Mørke

Et konsept som er basert på en kategorisering gjennomført i card sortingen. Der så man at bildeseriene hadde noen bilder som vektlegger lyset, mens noen vektlegger mørke. Denne kategoriseringen er basert ut fra lyshetskontrasten (Itten 1987.) I bokens design blir dette representert ved å dele oppslagene opp i lyse og mørke flater, ved hjelp av svart og hvitt. Man setter da de lyse bildene opp mot de mørke.

For å differensiere layouten til bildene fra tidligere konsepter, utforsket man et mye mindre bruk av bildeforamt.

5.3.4 Fargemerking

Dette konseptet er basert på et hva om..?- scenario hvor boken ikke skal inneholde noe form for tekst (Vedlegg: Skissedokument, 28). Innholdet i boken skal derfor fargekodes, for å legge et skille mellom de ulike bildeseriene. De utvalgte fargene skal gjengis i innholdsfortegnelsen slik at det blir enkelt for leseren å navigere i boken, og vil brukes som en erstatning for sidetall. Konseptet ble brukt hovedsakelig for å teste ut om et variert fargebruk kan fungere sammen med de fargerike bildene. Det var ganske lett å se at dette var saken. Fargene oppfattes som et forstyrrende element i komposisjonen, da dens tilstedeværelse ikke hjelper med å fremheve bildene presentert på en god måte.

5.4 Valg av konsept

Ved å utforske konseptene i forrige fase, har jeg prøvd ut mange forskjellige utforminger til potensielle design. Gjennom prosessen har jeg da funnet ut at hvert konsept er bygd opp av flere gode løsninger, som gjorde at det var vanskelig å velge hvilket konsept jeg ville gå videre med. I stedet for å bare ta videre et spesifikt konsept, valgte jeg derfor å ta flere elementer fra flere konsepter for å utvikle en optimal designløsning for boken.

Den ferdige designløsningen skal formes ut fra tegneserie-konseptet som base, spesielt dens bruk av rammer for å skille mellom bildene i formatet. Jeg ønsket å bruke dens utforming av layout, da dette kan minne leseren om noe de allerede interesserer seg for; tegneserier. Da vil de få positive assosiasjoner til boken. Bildeformatene vil da bli forminsket, slik at det kan minne om bildeoppsettet fra lys & mørke-konseptet. Bildene vil derfor ikke være utfallende i forhold til bokens format. Bokens omslagsdesign skal hentes fra lys og mørke konseptet, da den utvalgte forsiden herfra passet godt med rammene som skapes ved å sette bildene ved siden av hverandre i tegneserie-konseptet. Innholdslisten brukt i fargemerking-konseptet vil bli tatt med videre, og forbedret for bruk i designløsningen. For et nærmere innblikk i hva som ble tatt videre fra konseptutviklingen, se vedlegg: Skissedokument, 61.

Videre ble det gjennomført en del forbedringer og endringer her og der slik at de ulike delene skulle komme sammen for å se ut som et fullverdig konsept.

6.0 Faglige valg i designløsningen

6.1 Format

Boken har et liggende format, og har målene 33x28cm. Dette gir boken et ganske storslagent, bredt format. Jeg valgte å gå for dette for å få en klar og tydelig bildegjengivelse, samtidig som at dette vil gjøre rom for mer luft i komposisjonen.

En liten kritikk av valg av format kan være at den er vanskelig å håndtere på grunn av dens størrelse. I den konteksten boken skal brukes, er når leseren sitter godt plantet i en sofa eller lenestol. Dette gjør boken mer balansert, og gjør at dette ikke er et så kritisk problem.

6.2 Satsspeil

Bokens komposisjon er bygget ut fra et kvadratisk satsspeil, der de viktigste delene av komposisjonen vil ligge. Dens form er valgt ut fra et format som gir samme utgangspunkt til både liggende og stående bilder.

Satsspeilets plass i formatet har tatt inspirasjon fra plasseringen til et klassisk satsspeil. Dette vil si at satsspeilet er plassert slik at innermargen er minst, overmargen er nest minst og videre vil da yttermargen være nest størst og bunnen være størst. (Ranem 2005, 185) På grunn av det brede formatet til bokens format vil de siste verdiene være stokket om på, slik at ytterkanten blir størst.

Derfor viker satsspeilet bort fra den tradisjonelle regelen for bøker; at satsspeilet er likedannet med sideformatet. Ut fra denne regelen er satsspeilet plassert symmetrisk mot midten av oppslaget, og satt på en optisk høyde, noe som gjør at øyet hviler på en behagelig plassering i komposisjonen (Ranem 2005, 185).

6.3 Omslag

Det er viktig for boken at den har et blikkfang, slik at den skal bli oppdaget av målgruppen. Omslaget bruker derfor et ansikt for å skape en informativ flate. Dette valget er basert på Meredith Davis (2015) sitt utsagn om bildeprossesering; hvordan mennesker bruker fikseringer som en måte for å huske viktig informasjon på en flate. Ansikter skaper fiksering hos oss automatisk, da dette er en flate som gir oss mye informasjon om personens hensikt. Ved å inkludere en cosplayer som henvender seg mot publikum, skaper dette et fokuspunkt som vil trekke inn leseren.



Bokens omslag

Tittelen til boken er basert på en forkortelse dannet av forbokstavene i setningen Also Known As, og blir ofte brukt istedet for alias når noe/noen har et alternativt navn. Gjennom datainnsamlingen var det vist at cosplayere bruker alias til sine cosplay persona'er, da de fleste legger et skille mellom eget privatliv og deres deltakelse i cosplay-miljøet. AKA representerer deres valg innenfor dette aspektet, og passer derfor godt som tittel til denne fotoboken. Undertittelen skal gi leseren mer konkret informasjon om hva boken inneholder. Ut fra den tidligere analysen av designtrender innenfor andre cosplay bøker, kom det frem at ordet Cosplay ofte er implementert i bokens tittel for at cosplayere lett

skal kunne knytte en interesse ovenfor innholdet. Å få frem at boken handler om norske cosplayere, vil da være en viktig faktor for å trekke interesse hos den uttenkte målgruppen, da de føler dette blir rettet mot dem og det norske cosplay-miljøet.

På omslaget blir AKA intergrert inn i en ramme, som «vokser» ut fra 'K'en i tittelen. Denne kan minne om et polaroidfoto, og representerer hva fotografen ser gjennom kameraet. Rammen viser til utsnittet fotografen velger å vise frem til publikum, akkurat som i resten av boken. Dette også en pekepinn mot mye av det som blir snakket om i boken; at cosplay er en aktivitet hvor utseende har mye å si for de som deltar. For å knytte rammen mer opp mot det visuelle oppsettet av resten av boken, ligger den plassert rett over det kvadratiske satsspeilet vi kan finne i resten av boken. For andre flater, som annonser og utstillingsplakat, vil denne rammen bli brukt som et gjengående element. Dette er for å knytte likskap mellom de ulike flatene, slik at man klart ser at de tilhører fotoboken.

Fotografens logo er implementert på baksiden av omslaget for å vise hvem hovedavsenderen av boken er. Jeg har bevisst valgt å ikke putte det på forsiden, da dette vil forstyrre det visuelle hierarkiet.

6.4 Typografi

Bokens typesnitt består av Termina. Dette er en bred grotesk, med mange vekter, som passer godt til det liggende formatet til boken. I stedet for å bruke et variert skriftvalg i boken, har jeg heller valgt å forholde meg til bare en skrifttype. Det var da viktig å velge en skrift med mange vekter å velge mellom, slik at man får satt opp et tydelig teksthierarki i komposisjonen. Ulike skriftstørrelser og skriftvekter måtte da til for å få frem de ulike nivåene.

Gjennom boken har det flere steder blitt brukt ulik skriftvekt i samme setninger for å fremheve spesifikke ord. Dette ser vi igjen i innholdslisten, introduksjons- og avslutningssiden, og presentasjonssidene til hver cosplayer. Dette er for å vektlegge viktig informasjon, og tone ned mindre viktige elementer.



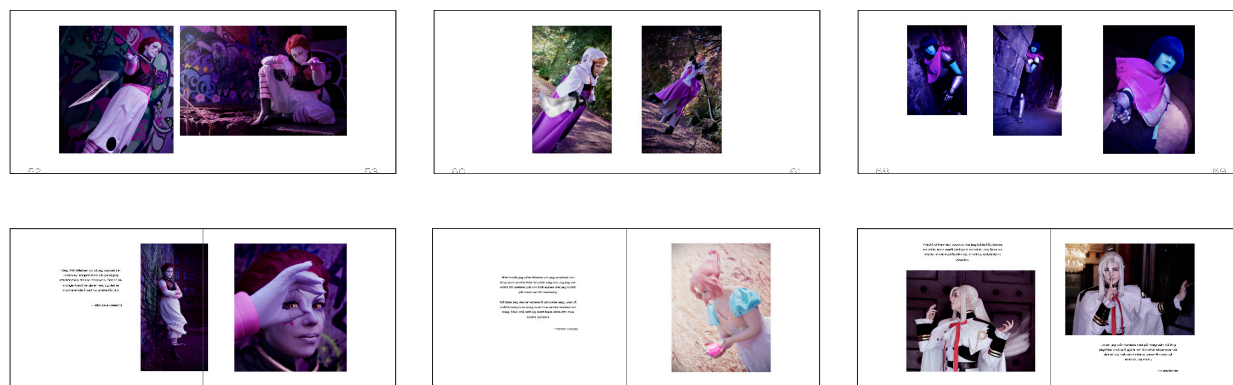
I hovedfokuset til boken, som er bildeseriene, finner vi også noen typografiske nivåer. I starten av hver bildeserie ligger det en side som er dedikert til en presentasjon av cosplayeren. Her står cosplay aliaset til vedkommende etterfulgt av deres ekte navn, og hvilken karakter og serie de cosplayer fra. Cosplay aliaset er da satt som det viktigste typografiske elementet i hierarkiet. Ettersom cosplay aliaset er det cosplayerne ønsker å fremstilles som i kostyme, vil deres ekte navn havne under dette i bokens teksthierarki. Karakterens navn og serie er inkludert for å informere leseren om hva cosplayeren har basert utseende sitt på, men skal ikke fokuseres like mye på som personens navn. Dette er for å vise at bildeserien ikke handler om karakteren, men selve cosplayeren.

Videre gjennom bildeseriene finner vi noen oppslag med sitater. Disse står mye friere ettersom de ikke har så mange elementer å forholde seg til. De skal ikke overskygge bildene, og er derfor satt i en tynn skriftvekt for å ikke trekke for mye oppmerksomhet. Poenget er ikke at de skal forsvinne inn i den hvite bakgrunnen, men at de skal være med på å bygge opp leserens relasjon til cosplayeren. Teksten som viser sitatene opphavsperson vil bli satt i en mindre skrift, ettersom sitatene hører sammen med personen avbildet i det samme bildesettet.

6.5 Fotografi

Bildene som brukes i boken havner innenfor sjangeren stedsfotografering innenfor cosplay fotografi (Hoff 2017), og har gjennomgått en etterbehandling i Adobe Camera Raw og Photoshop. For en oversikt over alle bildene i boken, se Vedlegg: Skissedokument, side 62-63.

Til plasseringen av bildene i komposisjonen har det blitt lagt noen forhåndsregler slik at det linjære oppsettet til flaten ikke blir ignorert, samtidig som at hvert oppslag viser at de hører til den samme trykksaken. Bildene kan ikke plasseres utfallende satsspeilet i høyden og de ytterste delene av oppslaget, ettersom dette vil ødelegge den gode balansen i satsspeilets oppbygning. For å skape mer rom for variasjon i størrelsesforhold og utsnitt, vil bildene ha mulighet til å plasseres utfallende mot midten av oppslaget. Med dette må man se på hele oppslaget som en helhet.

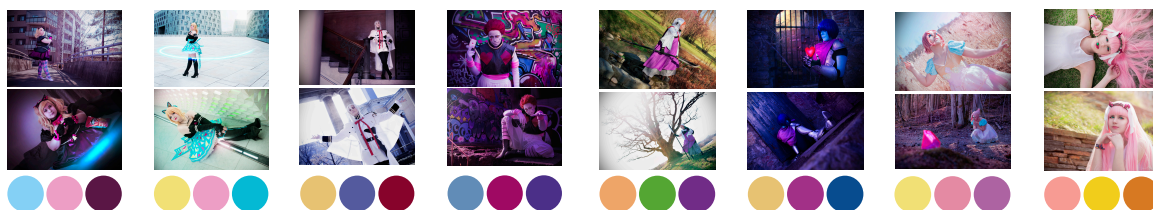


Ulike oppslag fra boken.

I bokens komposisjon har man brukt varierte fremstillinger av utsnitt og plassering for å holde leserens interesse gående. For mange gjentakende elementer kan virke kjedelig i lengden, og kan gjøre at leseren ikke ønsker å lese ferdig boken. Sammenhengen mellom fokuspunkt og linjer fra bilder til typografi fører leseren gjennom boken, og gir en balansert oppbygging i komposisjonen (Ranem 2005).

6.6 Farger

Som definert tidligere i idegenereringen, la moodboardene grunnlaget for fargepalettene som skal gjenspeiles i det ferdige resultatet av bildebehandlingen. Ut fra dette ble det da valgt tre farger; en for høylys, en for mellomtoner, og en for skygge. For å få en fargepalett som gir en optimal fremheving av scenarioets humør, ble det valgt å gjennomføre justeringer til dette i henhold til ulike kontraster innenfor Ittens fargelære.



Fargepalettene brukt i bildene

6.6.1 Lyshetskontrast

De bildeseriene som handler om lykkelige og godsinnede karakterer har mye lys i seg, mens de mer dystre og ondskapsfulle karakterene har blitt vektlagt et mer mørkere preg. Ut fra dette vil enten lys eller mørke brukes som en kontrast for å skape mer dybde i bildet. Dette er for å fremheve fokuspunkter i bildene.

6.6.2 Komplementærkontrast

Denne kontrasten blir brukt for å skape en form for harmoni i bildet ved at de komplementære fargene jevner ut hverandre. Ser vi på en farge lenge nok, vil øyet vårt automatisk mane frem dens komplementærfarge for å skape likevekt i komposisjonen. Dette kalles for suksessiv kontrast. (Itten 1987, 19) For å unngå dette har det jevnlig blitt brukt komplementærfarger i etterbehandlingen for å balansere ut fargene i kostymet til cosplayeren, og miljøet de er i.

6.6.3 Varm/kald kontrast

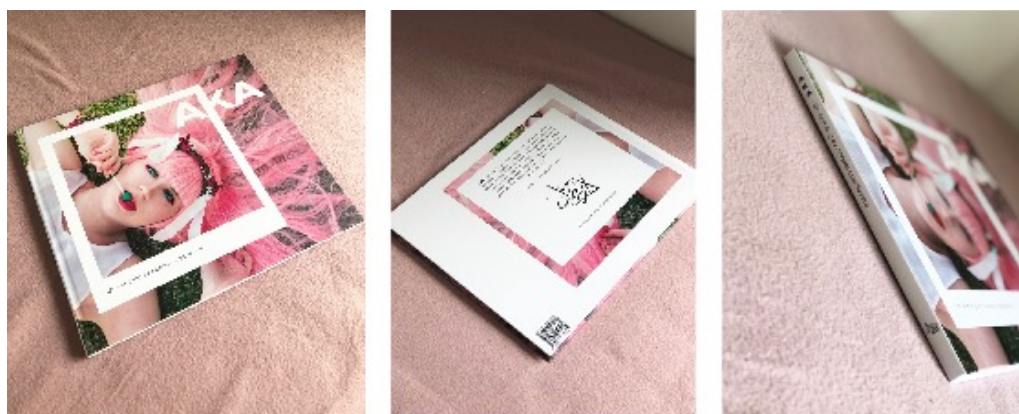
Bruken av varme og kalde farger spiller på vårt humør: rød-oransje nyanser er aktiviserende, mens blå-grønn roer oss ned. (Itten 1987, 45) Et konkret eksempel her kan være bildene av Sofa Cosplay, som Kris fra Undertale. Bildeserien har en tydelig bruk av kalde toner for å få frem karakterens rolige, og litt gledesløse atferd. I bildeserien settes det inn et varmtone høylys som kontrast mot dette. Dette høylyset står for håp og lykkelighet, og er alltid plassert utenfor karakterens rekkevidde. Vi kan fort se at vedkommende er fanget i en dyster tilstand på grunn av den store kontrasten mellom varme og kalde farger i komposisjonen.

Den konkrete beskrivelsen av tankene bak den tekniske delen av bildebehandlingen velger jeg ikke å gå inn på her, da det er mange faktorer som spiller inn på valgene som er tatt. En grundigere forklaring av valgene tatt ved retusjering og etterbehandlingen av bildene kan man derfor finne i vedlegg: Skissedokument, side 18.

De grafiske elementene i designløsningen fremstilles med et enkelt fargevalg; Svart og hvitt. Dette er for å ikke forstyrre fargeklangen i bildeseriene. Denne påstanden har jeg lagt ut fra tidligere utprøvinger fra konseptutviklingen, hvor jeg prøvde å implementere andre farger i komposisjonen (Vedlegg: Skissedokument, 56-59). Hvitt blir brukt til tittel og tilleggselement på forsiden, og som bakgrunnsfarge i resten av boken. Svart brukes til resten av bokens typografi.

6.7 Fysisk dummy

Den fysiske dummyen til boken ble trykket i full skala hos Blurb, etter anbefalinger fra veileder Anders Nilsen. Oppsettet av boken består av et omslag, tittelside, innholdssider, introduksjonsside, bildeseriesider, avslutningsside, og kolofonside. Dette oppsettet var basert på en bokworkshop som ble gjennomført i 5. semester, og man har derfor ikke en klar kilde på hvorfor boken er satt opp slik. Man har også tatt inspirasjon fra andre eksisterende fotobøker for dette oppsettet (Vedlegg: Researchdokument, 75-77 og 83).



Hardcover har blitt valgt for bokens omslag. Dette har blitt gjort på grunnlag av bokens stilling innenfor egen sjanger; coffe table books. Dette krever et mer eksklusivt og varig uttrykk, og hardcover gir et bedre inntrykk av dette fremfor softcover. I tillegg vil bokens format gjøre det problematisk å legge et softcover, da den ville ha blitt for flimsete.



I bokens innmat finner vi en papirtype som heter Premium Lustre. Dette er et bestrøket papir, med et hint av gloss, med papirvekten 148 g/m². Valg av papir er basert på observeringer av ulike papirprøver (Vedlegg: Researchdokument, 52). Det ble konkludert med at bestrøket papir er overlegent bedre enn matt når det kommer til gjengivelse av bilder, da dette gir en fremragende fremvisning av bildene som passer til formålet.

7.0 Oppsummering og konklusjon

Det som startet denne oppgaven var mitt ønske å rette mer oppmerksomhet til det voksende miljøet innenfor cosplay. Et ønskelig utfall var å vise frem flere sider av aktiviteten, slik at man ser på aktiviteten som et nyansert miljø uten å ty til stereotyper. Gjennom research kom jeg frem til at cosplay er en måte å leke med egen identitet; man fremstiller seg som en helt annen person ved å kle seg ut som fiktive karakterer i samspill med andre. Jeg ble derfor nysgjerrig på om dette sosiale fenomenet kunne ha en langvarig effekt på ens identitet.

Gjennom data samlet inn i metodefaseen, kan man se at cosplay har en langvarig effekt på deltakerne sin egen selvoppfatning. Cosplay styrker selvbildet gjennom at deltakerne skaper en tilhørighet i et miljø der de har møtt likesinnede, som gir åpenhet for å avsløre følelser og informasjon og skaper et tettere samhold. Ved å herme etter en karakters atferd og personlighet, vil dette også ha en innvirkning på personens selvpersepsjon. Det i kombinasjon med det sosiale aspektet, blir cosplayerne sin atferd regulert til en viss grad. Den visuelle representasjonen av kjønnsidentitet er noe som blir utforsket mye i cosplay, og man kan derfor se at mange kler seg ut for å fremstille et annet kjønn. Det er mange ulike grunner til hvorfor folk gjennomfører dette, men man kan se at det går igjen i den faktoren at cosplayere synes det er spennende å være noe som de ikke er på en daglig basis. Vi kan se at behovet for å skille mellom sin cosplay-persona og ens ekte person er en varierende faktor. Bruken av en cosplay-persona er en måte å sette navn på en annen rolle som differensierer seg, slik at man ikke kan bli dømt av andre. Det kan bli sett på som en slags maske; Det useriøse cosplaylivet mot det seriøse voksenlivet.

For å formidle dette ble designløsningen en fotobok som reflekterer over samspillet mellom cosplay og identitet, ved å sette cosplayerne sine tanker om egen person mot en visuell fremstilling av deres ideelle cosplay-persona i form av fotografi og sitater. Man ser da kontrasten mellom den personen man vil fremstå som, og den personen man egentlig er, samtidig som at man får frem hvordan cosplay spiller inn på deres selvoppfatning.

AKA – En samling av norske cosplayere er derfor mitt svar på problemstillingen; «Cosplay har en innvirkning på individets syn på egen identitet gjennom sosialisering i det norske cosplay-miljøet. Hvordan kan dette belyses ved hjelp av fotografi?»

8.0 Litteraturliste

8.1 Forskningsartikler:

1. Bainbridge, Jason & Craig Norris. 2013. *Posthuman Drag: Understanding Cosplay as Social Networking in a Material Culture*. Gender and Sexuality in Asia and the Pacific. 32.
2. Hoff, Ed. 2017. *Digital Cosplay and Postmodern Constructs of Community*. The Phoenix Paper. Utg. 3. Nagoya University.
3. Lamerichs, Nicolle. 2011. *Stranger than fiction: Fan identity in cosplay*. Transformative Works and Cultures. Utg. 7.
4. Luft, Joe & Harry Ingham. 2004. *Johari Window*. Elaine Broe Creative Solutions
5. Reysen, Stephen, Sharon Roberts, Courtney Plante & Kathleen C. Gerbasi. 2018. *Who I want to Be”: Self-Perception and cosplayers’ identification with their favorite Characters*. The Phoenix Papers. Utg.3. 1-7.

8.2 Bøker:

6. Davis, Meredith. 2015. *Graphic Design Theory*. Utg.2. London: Thames & Hudson
7. Håkonsen, Kjell Magne. 2011. *Innføring i Psykologi*. 4.utg. Oslo: Gyldendal
8. Itten, Johannes. 1987. *Farvekunsten og dens elementer*. Forsythia.
9. Lerdahl, Erik. 2015. *Slagkraft*. Oslo: Gyldendal
10. Næss, Hans Erik og Lene Pettersen. 2017. *Metodebok for kreative fag*. 1. utg. Oslo: Universitetsforlaget
11. Ranem, Øyvind. 2005. *Typografi og Skrift*. 2.utg. Oslo:Abstrakt.

8.3 Annet:

12. Crunchyroll. 2019. Fan Chronicles: A Crunchyroll Documentary Series. Episode 3. Hentedato: 07.03.2019. <https://www.crunchyroll.com/fan-chronicles-a-crunchyroll-documentary-series/episode-3-fan-chronicles-the-photographer-782401>
13. Collins Dictionary. 2010. coffee-table book. Hentedato: 12.03.2019 <https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/coffee-table-book>
14. Gaden, Malin. 2017. Bøkene som nødvendigvis ikke er til for å leses. KK. Hentedato: 12.03.2019. <https://www.kk.no/bolig/bokene-som-nodvendigvis-ikke-er-til-for-a-leses/67739374>
15. Integrerings- og mangfoldsdirektoratet. 2010. Mal for intervjuguide, individuelt intervju. Hentedato: 22.02.2019. <https://www.tolkeportalen.no/no/brukerundersokelser/Verktoy/Eksempeldel-2/>
16. Kamui Cosplay. 2019. About Kamui Cosplay. Hentedato: 23.03.2019. <https://www.kamuicosplay.com/about/>
17. Malt, Ulrik. 2018. temperament. Store norske leksikon. Hentedato: 05.02.2019. <https://snl.no/temperament>
18. Nasjonal Digital Læringsarena. 2017. Beskjæring av bilder. Hentedato: 26.03.2019. <https://ndla.no/subjects/subject:1/topic:1:186460/topic:1:186471/resource:1:178260>
19. Nerdeportalen. 2019. Nettbutikk, Cosplay. Hentedato: 23.03.2019. <https://www.nerdeportalen.no/produktkategori/cosplay/>
20. --. 2017. Den lille Cosplayboka. Hentedato: 23.03.2019. <https://www.nerdeportalen.no/shop/boker/boker-chrix-design/den-lille-cosplayboka/>
21. Outland. 2019. Nettbutikk. Hentedato: 23.03.2019. <https://www.outland.no/>
22. Store norske leksikon. 2018. identitet. Hentedato: 21.02.2019. <https://snl.no/identitet>

23. Sunlit Cosplay. 2015. Genderbend vs. Crossplay: Using these Terms Correctly. Hentedato: 02.02.2019. <https://sunlitcosplay.wordpress.com/2015/09/25/genderbend-vs-crossplay-using-these-terms-correctly/>
24. Utforska sinnet. 2018. Psykologien bak farger: hva de betyr og deres effekt. Hentedato: 26.03.2019. <https://utforsksinnet.no/psykologien-bak-farger-hva-de-betyr-effekt/>
25. World Cosplay Summit. 2014. WORLD COSPLAYERS. Hentedato: 07.03.2019. <https://www.youtube.com/watch?v=e1mM1tPcgZs>

9.0 Vedlegg

1. Researchdokument
2. Skissedokument
3. Presentasjonsdokument
4. Utstillingssplakat
5. AKA digital versjon
6. Bekreftet Meldeskjema NSD