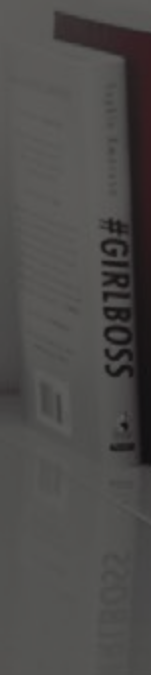




MEDIEGRAFIKER SVENDEPRØVE

— TORBEN DREJERGAARD —



	GRAFISK DESIGN.....	4
	TYPOGRAFI OG OMBRYDNING	10
	GRAFIK OG BILLEDBEHANDLING	16
	GRAFISK PRODUKTION OG WORKFLOW.....	22

Hockey Photos

OPGAVEBESKRIVELSE

Hockey Photos blev oprettet i 2012, hvor 3 fotografer gik sammen om at skabe mere opmærksomhed om sporten i landet, og på at give elite ishockeyklubber bedre billedmateriale til at få sporten og klubberne frem i landet. De havde selv skabt et logo da de startede, men efter 3 år i branchen, ønskede de at få nyt liv, da deres brand ikke havde slået igennem i hele landet, men kun i Nordjylland.

Da jeg fik opgaven var alt åbent. Der var tre fotografer, der alle ønskede et nyt og moderne brand, som skulle være medvirkende til, at de kunne slå igennem i hele landet. Jeg fik sat nogle mål, og udarbejdede en plan sammen med kunden. Jeg havde så meget kontakt som muligt med kunden, da det blev en løbende proces.

Når man arbejder med et brand, der skal stå stærkt med sportsklubber, bliver alting forstærket. Fansene er loyale, men kritiske. Uden fans, ingen professionel sport og dermed ingen fotografering af sporten. Derfor blev en af vores første kæpheste at skabe et sportsligt look til dem, som kan stå sammen med klubberne. Både med klubberne i Jylland og dem på Fyn og Sjælland. Men vi skulle ikke kopiere eller efterligne noget, som klubberne allerede havde - jeg skulle skabe noget nyt og helt anderledes, end det man ser i klubbernes logoer.

Navnet var Hockey Photos og jeg begyndte at researche på de almindelige spejlrefleks-

kameraer, objektiver og ishockeyudstyr. En god ting ved at have to "primære designkilder" er, at der er så meget materiale at tage fat i - dog ville jeg gerne give deres logo et internationalt twist. Så vi tog også lidt inspiration i de forskellige collegelogoer rundt om i verden.

Efter møder med kunden, blev vi enige om at deres logo ikke skulle have noget med kameraudstyr at gøre, men kun sportslige ting, da kameraet er brugt mange steder, og ikke symboliserer sporten. Vi fik set på en masse udstyr og spillere. Valget faldt hurtigt på de to vigtigste ting i sporten, nemlig ishockeystaven og pucken. Pucken endte med at blive et element som kun er med på det ene logo, da resten sagtens kan stå alene.

Efter valg af illustrationerne begyndte vi på farvevalget. Vi undersøgte hvilke farver, der er mest brugt i sporten og klubbernes logoer. Farverne blev valgt, og det blev farverne sort, hvid, blå og grå.

Da der skulle vælges skrifttype, kiggede vi igen på collegelogoerne rundt om i verden, hvor vi hurtigt fandt ud af, at der var specielle træk ved næsten alle skrifttyperne, som gik igen. Skrifterne er meget firkantede og har fødder, da det skaber en linie for teksten. Bogstaverne er meget store og er med til at danne logoet i sig selv. Vi tog udgangspunkt i "Old School United Stencil Italic", men hullerne i skrifttypen var ikke det vi ønskede, så vi tegnede den op uden de mellemrum.

ANVENDTE PROGRAMMER:

- Adobe Illustrator CC 2015
- Adobe Photoshop CC 2015

MOCKUP



"Torben Drejergaard ramte plet, da vi skulle finde Hockey Photos nye identitet og brand. – Det var verdensklasse."

— Mark Andersen, medejer af Hockey Photos.

TIDLIGERE LOGO:

Den tidligere identitet så sådan ud, og kunden ønskede at få den opdateret, så den kunne stå stærkt alene eller sammen med de forskellige klubbers logoer.

HOCKEY-PHOTOS

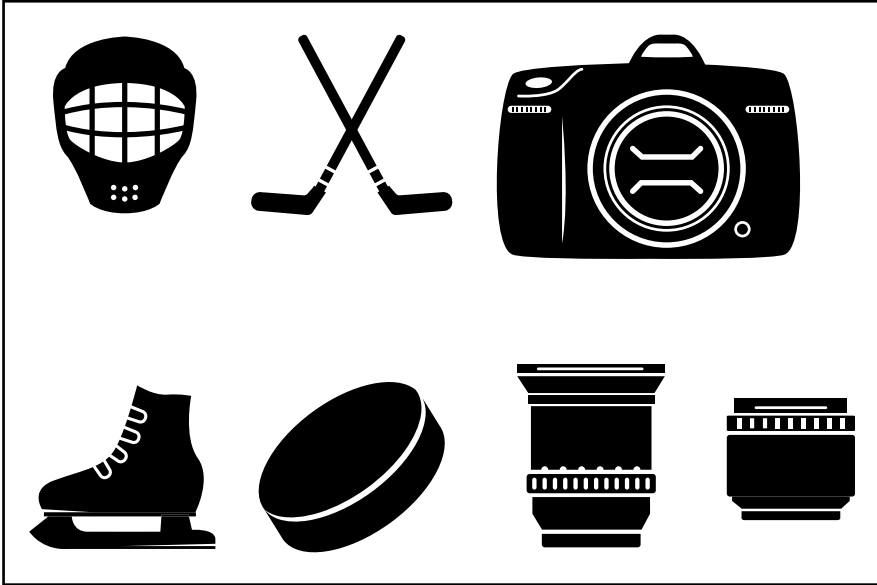
INSPIRATION:

Jeg begyndte at finde inspiration ved at se på sportsklubbernes logoer samt fotograf-logoer for at få en idé om, hvad der bliver brugt og virker ude i verden.



ELEMENTER:

Jeg havde to primære elementgrupper jeg kunne tage fra, som var kamera og kameraudstyr og ishockeyudstyr.



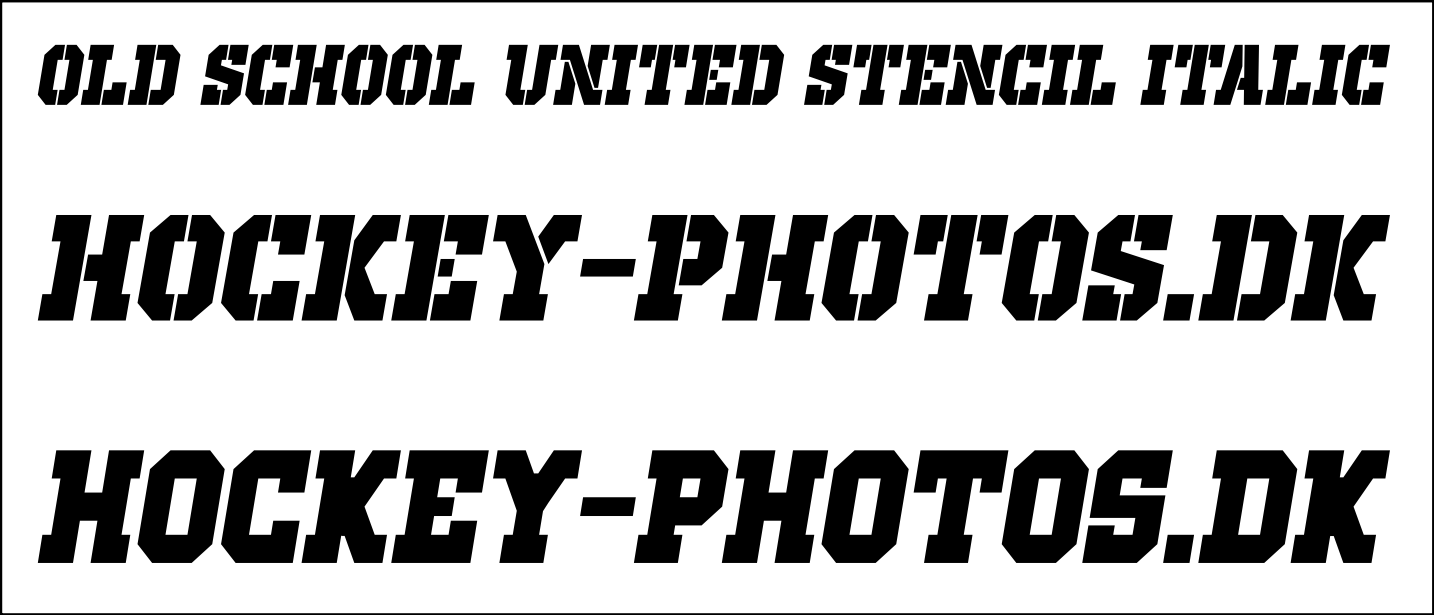
COLLEGEFONTS:

Ud fra den inspiration jeg fandt på nettet, var jeg ikke tvivl om, at det skulle være en "Collegefont" jeg ville bruge, da det primært var det, som blev brugt andre steder. Jeg fandt en masse forskellige, og prøvede dem af.



SKRIFTTYPE:

Vi tog udgangspunkt i "Old School United Stencil Italic", men hullerne i skrifttypen var ikke det vi ønskede, så vi tegnede den op uden de mellemrum for at skabe en mere enkel men stadig college-agtig skrifttype.



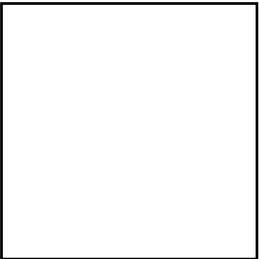
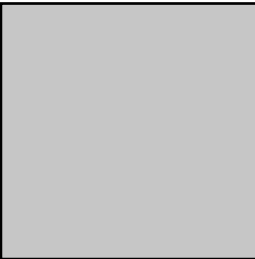
FARVEINSPIRATION:

Vi undersøgte, hvilke farver der er mest brugt i sporten og klubbernes logoer. Her ses et udvalg af de danske ishockeyklubbers logoer.



FARVEVALG:

En af de mest brugte farver i logoer fra ishockeyens verden er blå. Så blå var et naturligt valg. Farverne blev valgt og det blev blå, hvid, sort og grå.

															
R: 29	C: 30	R: 225	C: 0	R: 30	C: 100	R: 198	C: 0	R: 29	C: 30	R: 225	C: 0	R: 30	C: 100	R: 198	C: 0
G: 29	M: 0	G: 225	M: 0	G: 46	M: 87	G: 198	M: 0	G: 29	M: 0	G: 225	M: 0	G: 46	M: 87	G: 198	M: 0
B: 27	Y: 0	B: 225	Y: 0	B: 84	Y: 37	B: 198	Y: 0	B: 27	Y: 0	B: 225	Y: 0	B: 84	Y: 37	B: 198	Y: 0
	K: 100		K: 0		K: 31		K: 30								

FÆRDIGE LOGOER:

Jeg byggede 4 udgaver af Hockey Photos logoet. To Logoer til større ting, som er vist her. Og to andre som er til mindre ting, som kuglepinde, hvor sloganet bliver for lille og er fjernet fra logoet.



VISITKORT:

Visitkortene er lavet meget enkelt, og giver den information som det skal. Logoet på forsiden er med til at skabe det blikfang, som er nødvendigt.



VANDMÆRKE:

Det bliver brugt som på billedet for ikke at stjæle al opmærksomheden. Vandmærket skal være stærkt, og det skal være tydeligt at se, hvem der ejer billedet.



LOGOANVENDELSE:

Her er der vist, hvad logoerne bliver anvendt til i praksis.



PRODUKTET:



Hockeymagasinet

ANVENDTE PROGRAMMER:

- Adobe InDesign CC 2015
- Adobe Photoshop CC 2015

OPGAVEBESKRIVELSE:

Magasinet skulle være moderne og stilrent. Derfor har jeg brugt groteske fonte - altså fornte uden seriffer. Til konsultativ typografi og læse-typografi har jeg anvendt grotesk-fonten "DIN Next LT Pro", der ganske vist er en webfont, men ikke er optimeret til tryk. Det betød, at skriftbilledet var ret småt, og at jeg derfor skulle arbejde i nogle små punktstørrelser, der ikke gav et reelt billede af størrelsen.

Jeg syntes dog at dens stilrene udtryk gjorde den oplagt til dette projekt.

Da "DIN Next LT Pro" ikke har seriffer til at hjælpe øjenene på vej, er grundlinjenettet sat til 13 pt, hvilket er med til at sikre en let læsning og adskillelse, selvom det er en grotesk font. Grundlinjenettet gør også, at linjerne holder register på tværs af spalterne.

Spalterne er alle sat med justeret sats - altså med fast for- og bagkant. Jeg har derfor tilladt 20% variation i ordmellemmrummene og 3% i afsnittene mellem de enkelte karakterer for at automatisere udligningen bedst muligt.

Til display-typografi som overskrifter og rubrikker her jeg anvendt den samme grotesk font "DIN Next LT Pro". Alle steder er den anvendt som versaler for at skabe kontrast og variation. Alle steder jeg har benyttet "DIN

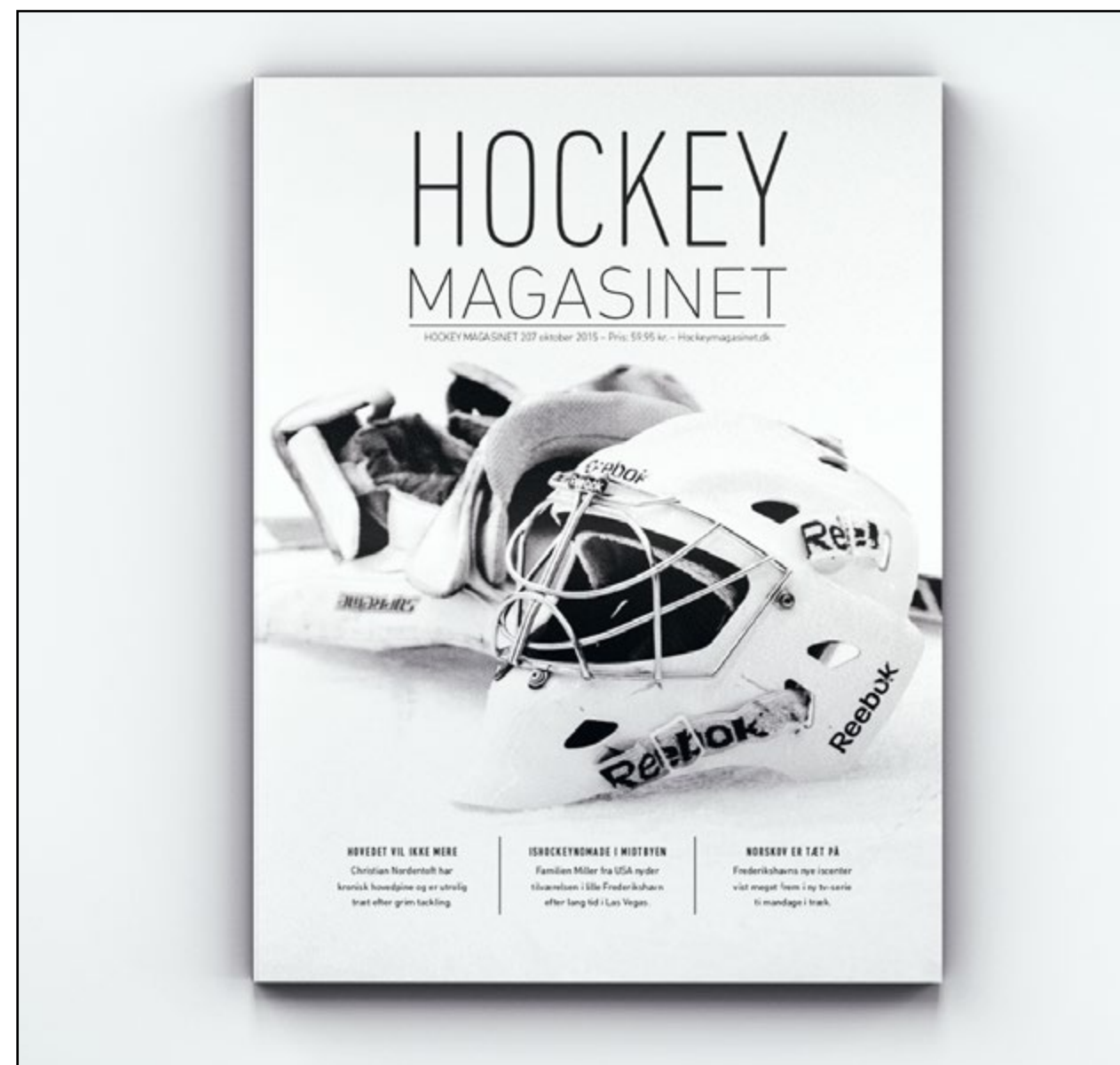
Next LT Pro" som overskrift, har ordene en fast spatiering på 100. Dette giver et moderne udtryk.

Magasinet består af 36 sider og er 200x270 mm. Marginer er sat henholdsvis den indre og ydre margin og top- og bundmargin er den samme. Den indre og ydre er 30 mm, mens top- og bundmargin er 33,5 mm. Dette er gjort for at skabe et centreret udtryk med en naturlig optisk ramme, og samtidig sørge for masser af luft og plads til titel og pagina.

Alle tekstafsnit er sat op som Paragraph Styles, så det er nemt at vælge fonte og formattering for de forskellige tekstafsnit. Dette sikrer også ens formattering gennem hele magasinet. På samme måde er uncialer og variationer af overskrifter sat op som Character Styles.

Pagina og titel samt marginer, spalter og guides er sat op på et master-opslag, så de går igen på alle opslag. Pagina er desuden automatiseret.

MOCKUP



SKITSER:

Her ses den første skitse til de forskellige sider, jeg tegnede til magasinet.
Den enkle opsætning blev der leget med, men jeg holdt mig til denne opbygning gennem magasinet.



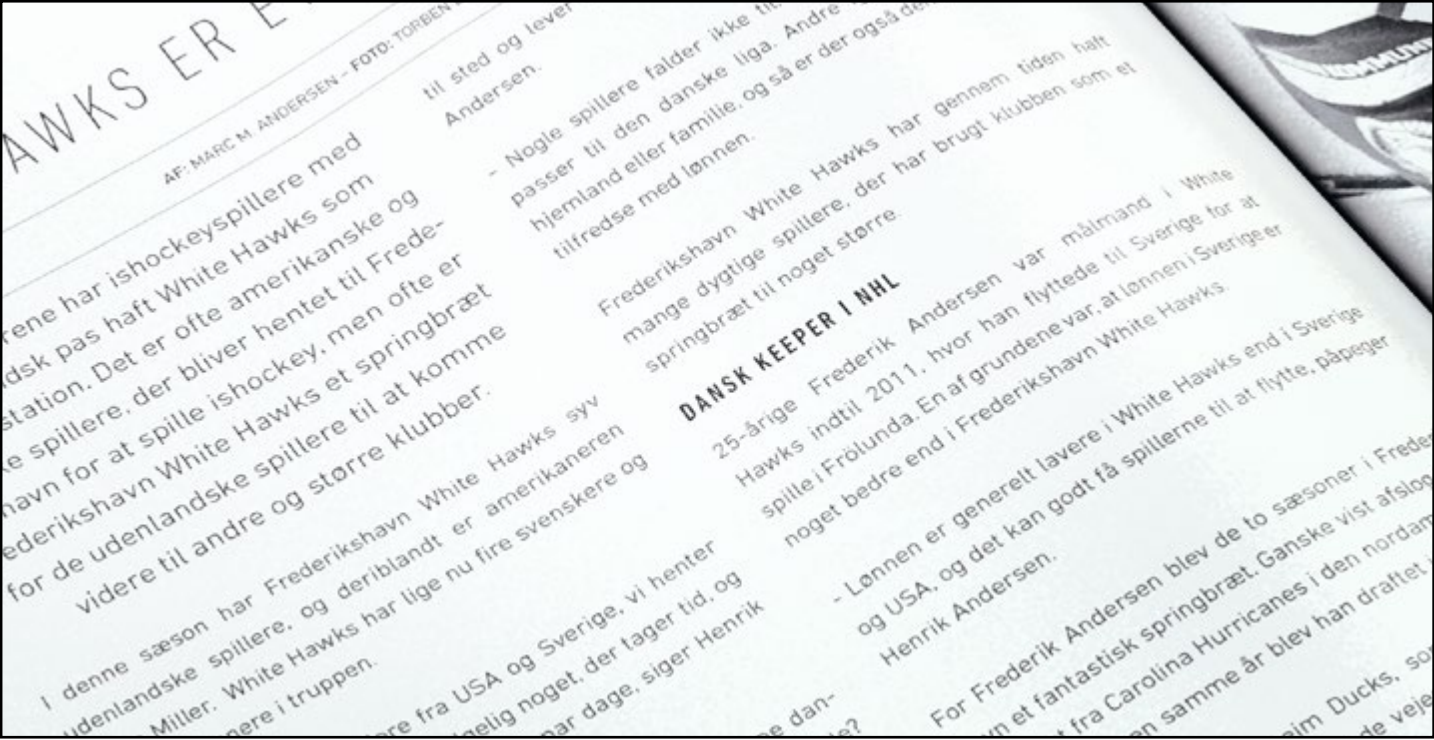
SORT/HVID BILLEDER:

Alle billederne i magasinet har jeg selv taget og redigeret i Photoshop, hvor jeg har ændret dem til sort/hvid, og gjort billederne mere skarpe.



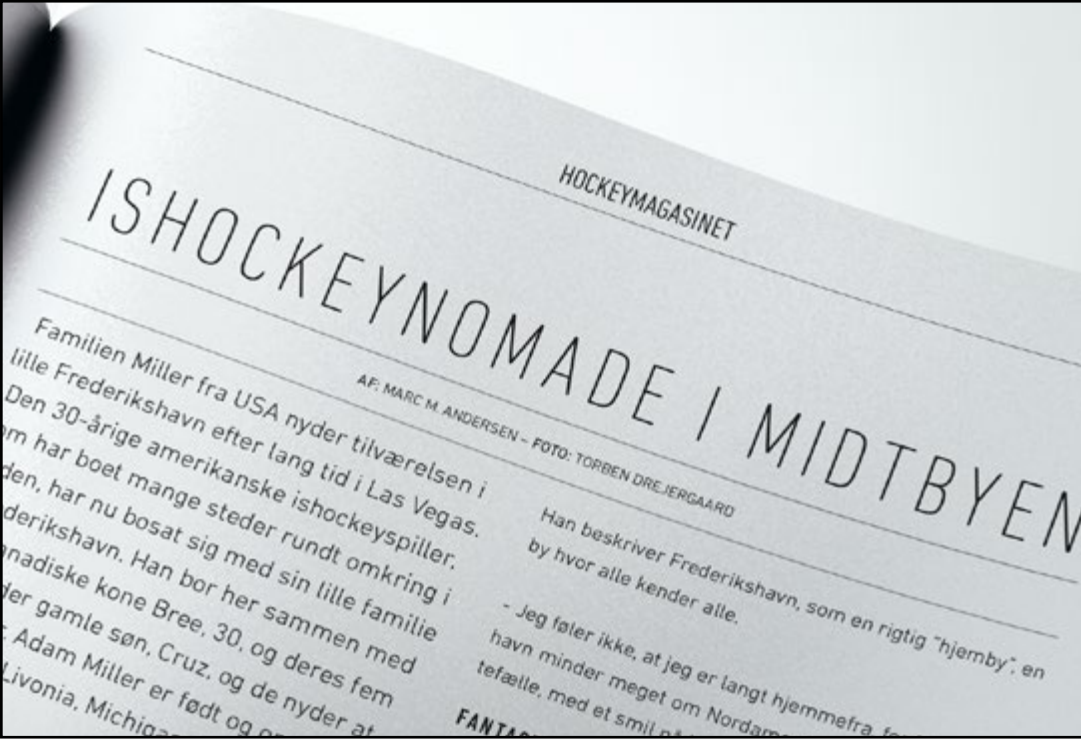
BRØDTEKST:

Brødteksten er sat med grotesk-fonten "DIN Next LT Pro" 8/13 pt i snittet Light. Den relativt lille forstørrelse skyldes, at fonten egentlig er en webfont og derfor ikke er trykoptimeret.



OVERSKRIFTER:

Overkrifter er sat med grotesk-fonten "DIN Next LT Pro" 36/20 pt i snittet Ultra Light Condensed. De er alle sat med versaler og en fast spatiering på 100.



MANCHETTER:

Manchetter er sat med "DIN Next LT Pro" 12/18 pt i snittet Regular. Den løse bagkant og centrering af fonten gør dog, at den skiller sig ud, selvom det er samme type som brødteksten.



MELLEMRUBRIKKER:

Mellemrubrikker er sat med "DIN Next LT Pro" 9/13 pt i snittet bold. De er sat med versaler. Ligesom overskrifter har de en fast spatiering på 100.



INDHOLDSFORTEGNELSE:

Indholdsfortegnelsen er lavet automatisk med hjælp fra "Table of Contents", hvor den har taget alle overskrifterne fra magasinet og sat ind. Derudover er punkterne lavet 2 pt mindre end teksten.



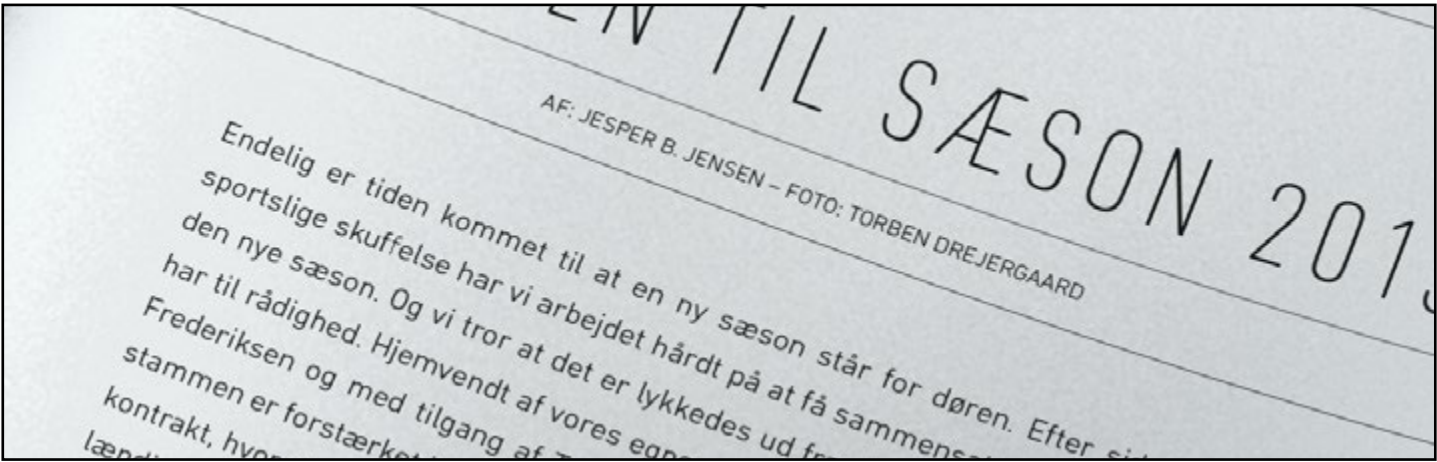
BILLEDTEKSTER:

Billedtekster er sat med "DIN Next LT Pro" 7/13 pt i snittet italic. Jeg har valgt kun at lave den 1 pt mindre. Stregerne er sat i Paragraph Styles.



BYLINES:

Bylines er sat med "DIN Next LT Pro" 6pt i snittet bold til titler og snittet regular til navne. Da bylines ikke har betydning for læseren, var det vigtigt, de ikke blev for dominerende.

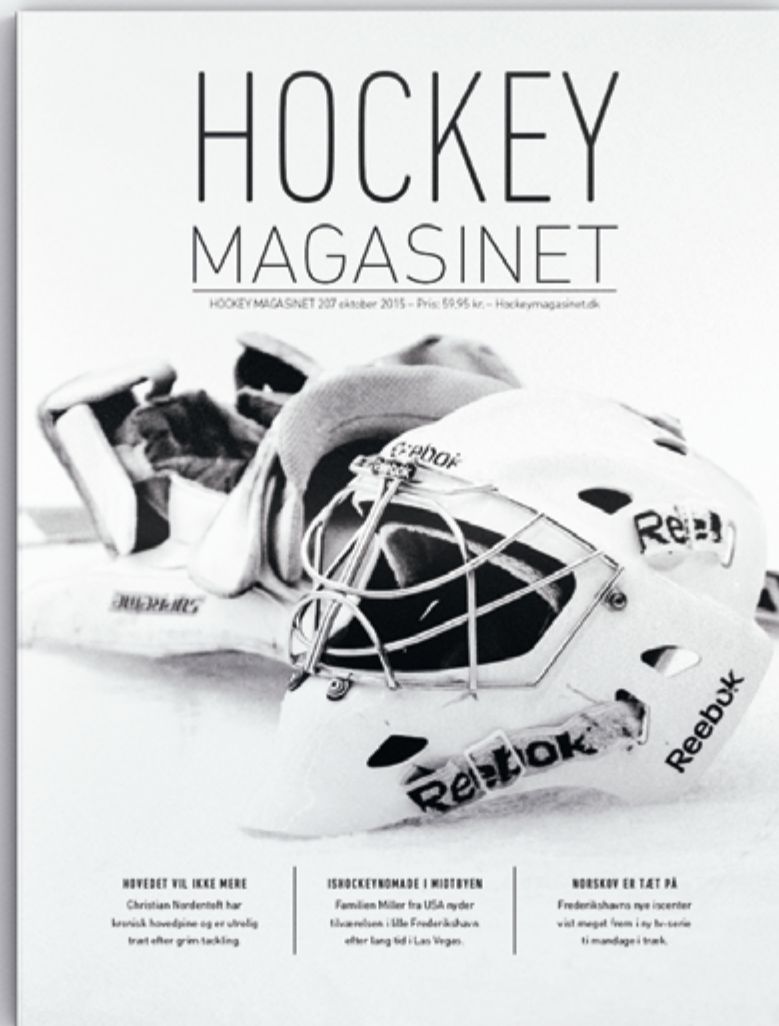


UNCIALER:

Uncialer rækker over tre linjer og er justeret til optisk forkant. Den er lavet i "Paragraph Styles", hvor indrykket er lavet i "Tabs"



PRODUKTET:



Nike Poster

ANVENDTE PROGRAMMER:

- Adobe Photoshop CC 2015

OPGAVEBESKRIVELSE

Opgaven er fiktiv.

Udgangspunktet for den fiktive opgave var at lave en plakat til Nike, hvor temaet var vand/regn.

Plakaten skulle ende som en liggende A4.

Opgaven var derfor at retouchere originalbilledet, og indsætte et billede fra billed databasen "Colourbox", der skulle bruges som effekter.

MOCKUP



ORIGINALFILER:

Her ser du de originalbilleder jeg har brugt til denne opgave. Et billede af en der løber, og et billede af vand som er brugt til at lave vandeffekterne senere i forløbet.



BLACK AND WHITE:

Jeg har valgt at lave billedet sort/hvid, da jeg føler det skaber en god effekt, når billedet er så "vådt" som det er. Det er lavet med et "Black and White" adjustment layer.



LEG REPLACEMENT:

Jeg har brugt "Pen Tool" til at lave en selektion omkring benene og lavet en pixelmaske for at fjerne benene. Derefter har jeg "Spot Healing Brush Tool" til at genskabe tågen i baggrunden.



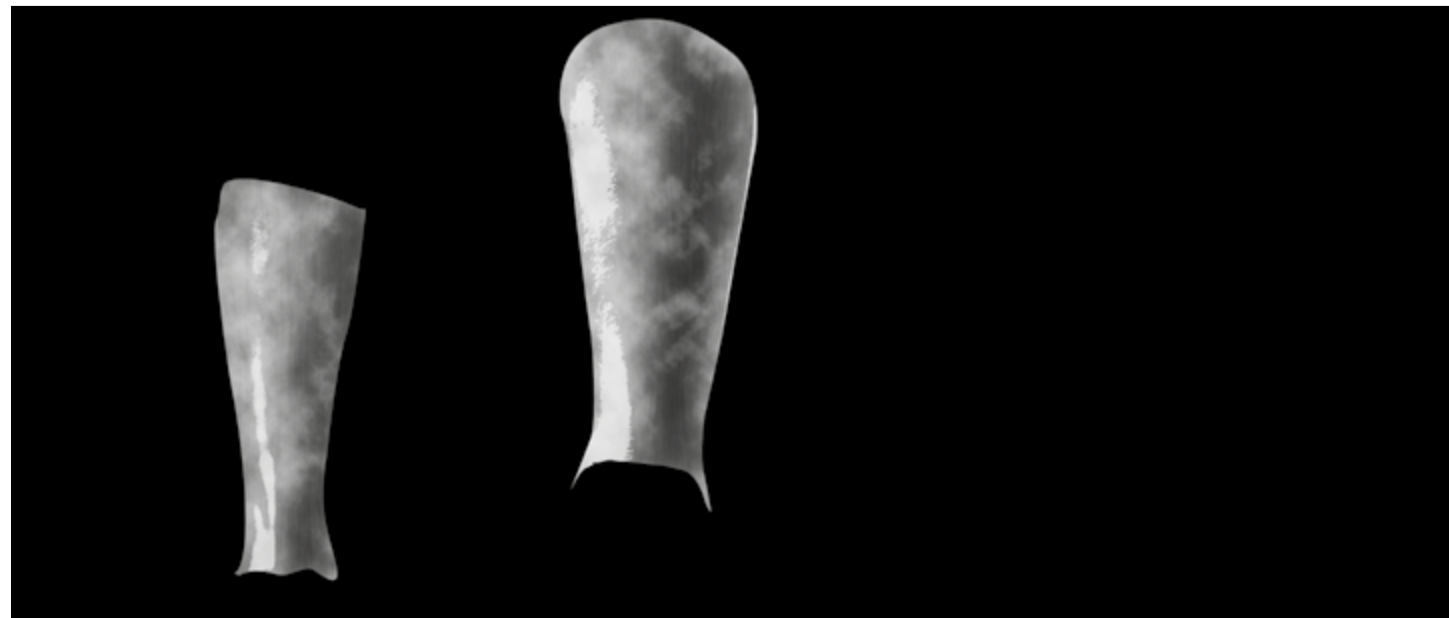
SPLASHES:

Splashes er et navnet på det lag, hvor jeg indsat en masse forskellige billeder af vanddråber for at skabe effekten af, at vandet falder af hans ben imens kan løber.



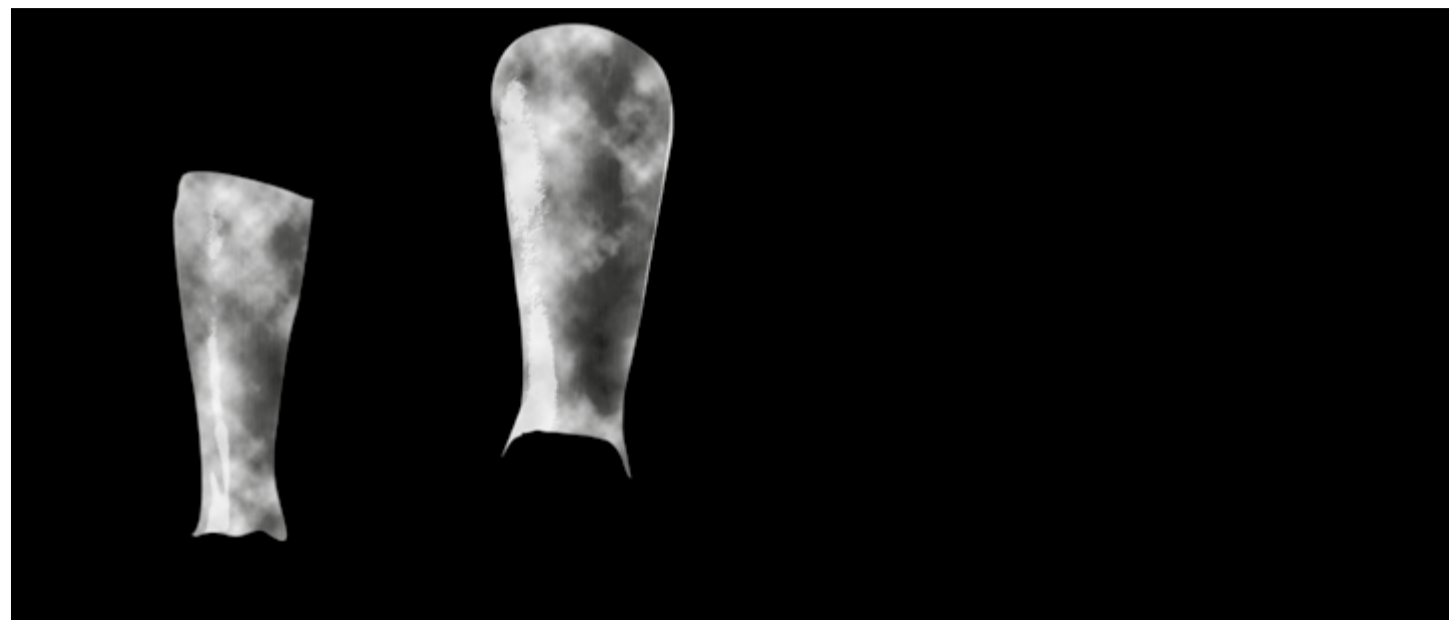
DISPLACEMENT STEP 1:

Displacement er en længere proces, hvor jeg har taget en kopi af masken, som er lavet i laget hvor benene ikke er synlige. Jeg tager et billede af masken ved at "ALT" klikke på masken og trykker derefter "Select All"



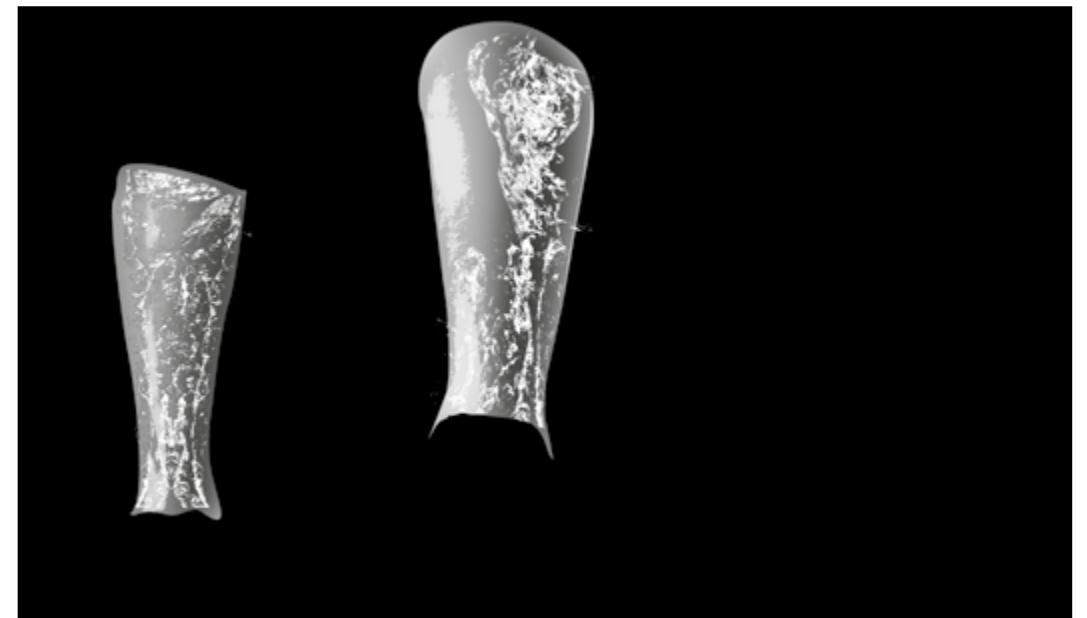
DISPLACEMENT STEP 2:

Det tager jeg så en kopi af og åbner i et nyt Photoshop-dokument, hvor jeg indsætter kopien. Derefter tager jeg en kopi af benene i det andet dokument og indsætter, hvorefter jeg bruger filteret "Blur" på benene.



DISPLACEMENT STEP 3:

Derefter går jeg op i filter og laver et "Fiber"-lag og et "Clouds"-lag. Begge lag får en pixelmaske med benene. Efter dette indsætter jeg et nyt lag af benene.



DISPLACEMENT STEP 4:

Det giver jeg så en adjustment "Threshold", hvor jeg bagefter går jeg ind i "Channels" og vælger et af lagene derinde og markerer det og kopierer det ind som et lag. Hele den proces gentager jeg et par gange for at få forskellige resultater, som jeg indsætter i mit første Photoshop-dokument. Når jeg har indsat 4 forskellige lag, blander jeg dem sammen ved hjælp af en pixelmaske, hvor jeg bruger en blød brush ved 30% gennemsigtighed.



FOOTPRINTS:

Her har jeg taget "Brush Tool" og lavet en blød brush til at lave skyggerne under skoene med, for at få kanterne bløde. Derefter har jeg tilføjet effekterne "Color Overlay" og "Gradient Overlay".



BLACK BOX:

Her har jeg taget "Pen Tool" og tegnet en kasse, hvorefter jeg har "Direct selection Tool" og flyttet det ene hjørne så kassen bliver skrå og fyldt den med farven sort.



TEXT AND LOGO:

Jeg har indsat teksten og logoet, hvor jeg derefter har lavet en selektion omkring dem og brugt en pixelmaske til at skære det ud i den sorte kasse.



PRODUKTET:



PICTU.DK

ANVENDTE PROGRAMMER:

- Adobe Dreamweaver CC 2015
- Adobe Photoshop CC 2015

OPGAVEBESKRIVELSE

Pictu er et nyopstartet firma. Et firma som vil gøre det nemmere for fotografer og deres kunder, at finde det man søger et sted. Pictu ønsker at blive en hurtigvoksende succes. Pictu blev oprettet i 2015, hvor 5 unge studerende gik sammen for at skabe et nyt produkt, som gerne skulle blive en stor succes. De ønskede en hjemmeside, som skulle give dem viden omkring folks interesse for deres produkt, så jeg ville skabe et "splashsite" til dem. Her kunne fotografer tilmelde sig et nyhedsbrev og tilmelde sig som beta-testere på deres kommende hjemmeside.

Da jeg fik opgaven var der nogle ting, de allerede havde styr på. Jeg fik en USB fyldt med logoer, farver, billeder osv.. Jeg fik en god lang snak med kunden, og jeg fik sat nogle mål. Jeg udarbejdede en plan sammen med kunden, og havde så meget kontakt som muligt med kunden, da det blev en løbende proces.

Pictu-projektet har været et spændende eventyr, som jeg ikke kunne slippe, da deres "splashsite" var færdig. Efter et par måneder fik jeg nemlig mulighed for at købe mig ind i firmaet.

MOCKUP



PROCES:

Her har jeg i punktform illustreret, hvordan processen så ud. Helt fra den første briefing fra kunden, hvor grundstenene blev lagt, og frem til overlevering hvor kunden fik alt der var produceret og kunne få sitet online.



SKITSER:

Her ses den første skitse til de forskellige enheder, jeg tegnede efter opstartsmødet med kunden. Den er baseret på kundens ønske om en splashsite. Jeg holdt mig til denne opbygning gennem hele forløbet.

COMPUTER:

TABLET:

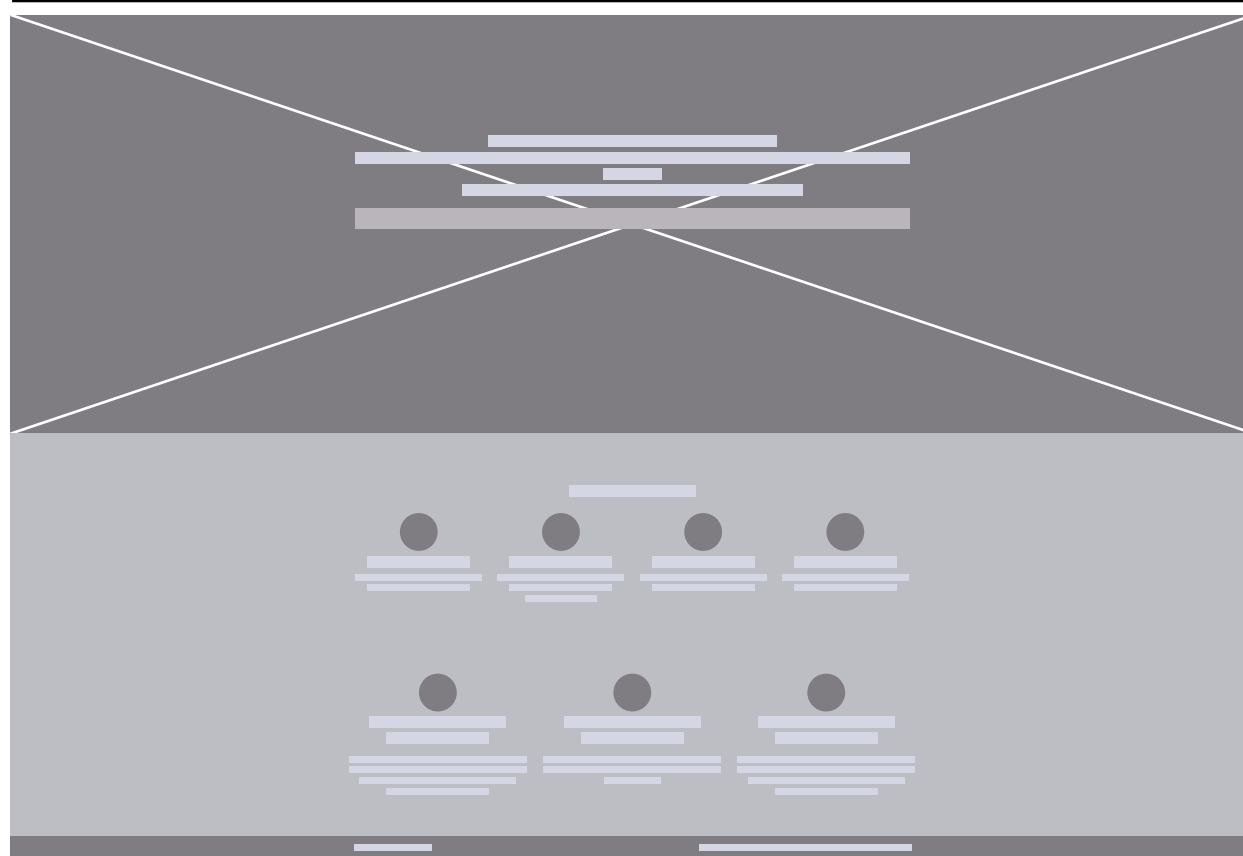
MOBIL:

WIREFRAME:

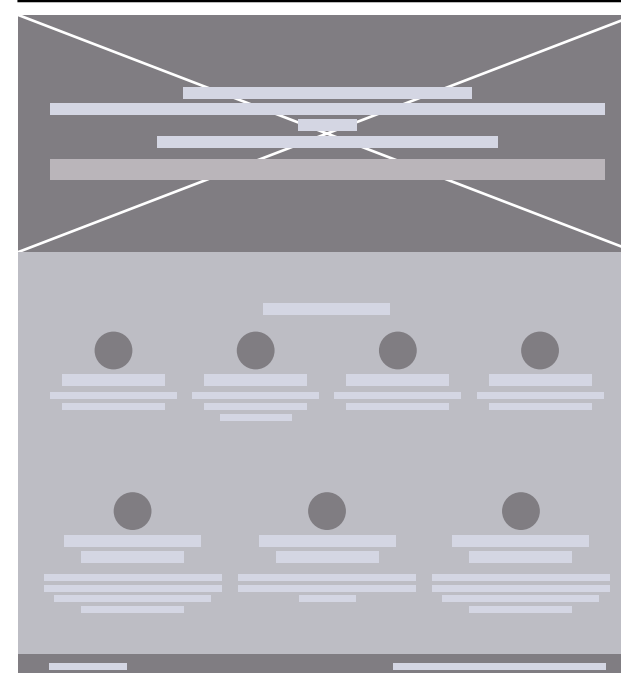
Her ses de wireframes jeg sendte til kunden og jeg kodede og designede splashsitet ud fra.

Jeg lavede wireframes til alle 3 forskellige enheder, da elementerne på sitet ville variere, så man får et helhedsindtryk omkring sitet på de forskellige enheder.

COMPUTER:



TABLET:

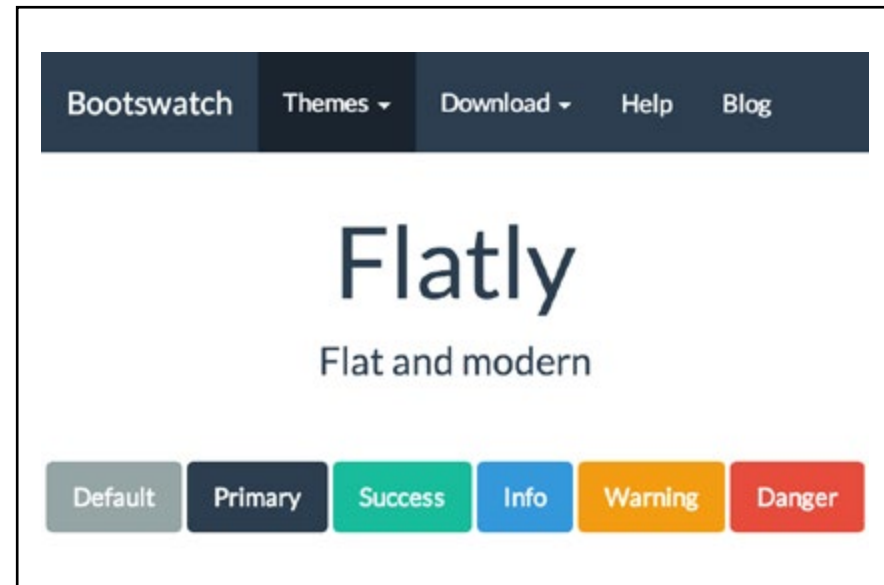


MOBIL:



BOOTSTRAP:

Siden er bygget op med bootstrap og kunden havde et ønske om at Bootswatch temaet "Flatly" blev brugt.



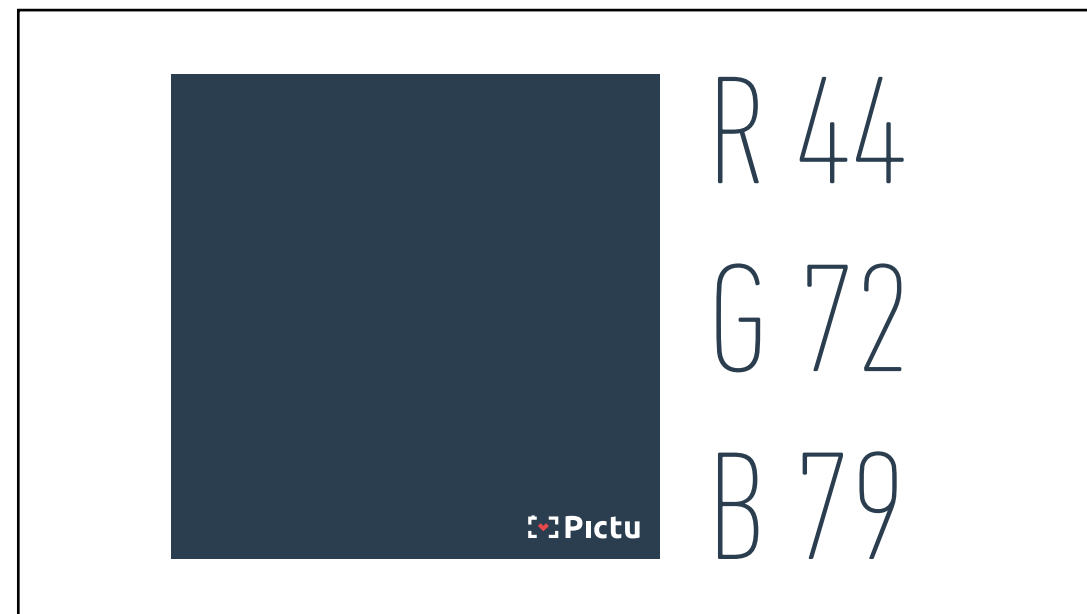
GOOGLE-WEBFONTS:

Teksten er sat med "Lato", som er en Google-webfont. Hvis enheden ikke har adgang til nettet, kan fonten ikke vises. Istedet vises fonten "Helvetica Neue" og hvis den ikke er installeret bruges system-fontene "Helvetica", "Arial" eller "Sans-Serif".



FARVER:

Farven kommer fra kunden, som de har fundet i temaet "Flatly", og er en af de primære farver, som firmaet Pictu bruger.



CALL TO ACTION:

Den "Call to action" der er på siden, er placeret i headeren, så man ikke kan undgå at se den. Da det er et splashsite, skal siden være enkel og nem at overskue.



RESPONSIV:

Siden er responsiv ved hjælp fra bootstrap, og giver et bedre udgangspunkt, da den tilpasser sig enheder og præsenterer sig bedst muligt på tværs af enheder.



BROWSEROPTIMERING:

Siden er broweroptimeret på bedst mulige måde med Bootstrap. Men der er tilføjet ekstra kode i "Header" hvis websitet bliver tjekket i IE8.

```
<!DOCTYPE html>
<html lang="en">
  <head>
    <meta charset="utf-8">
    <meta http-equiv="X-UA-Compatible" content="IE=edge">
    <meta name="viewport" content="width=device-width, initial-scale=1">
    <!-- The above 3 meta tags *must* come first in the head; any other head
    content must come *after* these tags -->
    <title>Pictu</title>

    <!-- Styles -->
    <link href="css/bootstrap.min.css" rel="stylesheet">
    <link href="css/pictu.css" rel="stylesheet">
    <link href="css/font-awesome.min.css" rel="stylesheet">

    <!-- HTML5 shim and Respond.js for IE8 support of HTML5 elements and media
    queries -->
    <!-- WARNING: Respond.js doesn't work if you view the page via file:// -->
    <!--[if lt IE 9]>
      <script src="https://oss.maxcdn.com/html5shiv/3.7.2/html5shiv.min.js">
    </script>
      <script src="https://oss.maxcdn.com/respond/1.4.2/respond.min.js">
    </script>
    <![endif]>
  </head>
```

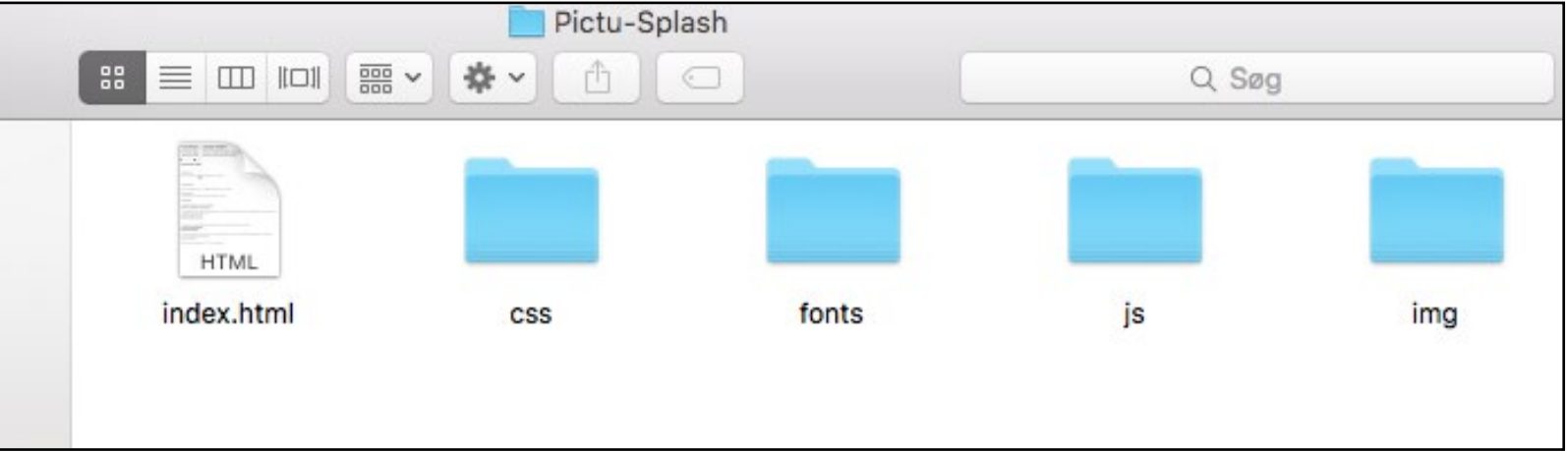
OVERLEVERING:

Efter at have færdiggjort frontend-delen tilføjede jeg en forklaring af det ønskede pageflow og funktioner i HTML-filen.

```
100 <div class="col-md-4">
101   <i class="fa fa-camera-retro fa-5x"></i>
102   <h3>Er du fotograf og mangler kunder?</h3>
103   <p>Pictu tilbyder en platform, der skaber overblik for forbrugeren og giver fair konkurrenceforhold for
104   potentielle kunder som søger en fotograf som dig. Findt frem til dig i løbet af ingen tid.</p>
105 </div>
106 <!-- Dark section Icon 1 End -->
107 <!-- Dark section Icon 2 -->
108 <div class="col-md-4">
109   <i class="fa fa-camera-retro fa-5x"></i>
110   <h3>Er du fotograf og mangler kunder?</h3>
111   <p>Pictu tilbyder en platform, der skaber overblik for forbrugeren og giver fair
112   konkurrenceforhold for potentielle kunder som søger en fotograf som dig. Findt frem til dig i løbet af ingen tid.</p>
113 </div>
114 <!-- Dark section Icon 2 End -->
115 <!-- Dark section Icon 3 -->
116 <div class="col-md-4">
117   <i class="fa fa-camera-retro fa-5x"></i>
118   <h3>Er du fotograf og mangler kunder?</h3>
119   <p>Pictu tilbyder en platform, der skaber overblik for forbrugeren og giver fair
120   konkurrenceforhold for potentielle kunder som søger en fotograf som dig. Findt frem til dig i løbet af ingen tid.</p>
121 </div>
122 <!-- Dark section Icon 3 End -->
```

MAPPESTRUKTUR:

Mappestrukturen er meget simpel, så når kunden overtager alt der er lavet, kan de nemt ændre billeder eller andet, da det er holdt meget simpelt i mapper.



PRODUKTET:



[HTTP://PICTU-SPLASH.AZUREWEBSITES.NET](http://pictu-splash.azurewebsites.net)

