



Grafisk tidningsanalys

Gruppuppgift, Informationsformgivning inriktning tidningsdesign

Nice, Frankrike den 1 april 2003
David Kästel, celloman@home.se
Olle Hellgren, ollhe366@student.liu.se

Giganternas gigant. Tidningen med stort D och stort N står för grunden till vår tidningsanalys. Intressant i många avseenden. Läst av många, ansedd av många, nagelfaren av många, helt enkelt ett av dessa nav kring vilket hela nyhets- och mediasverige samlas. Hur många gånger hör vi inte hur man på morgonsändningarna i radio, men framför allt på TV, refererar för hälften av sina scoop till förstasidesstoff från DN eller DN-debatt?

En anrik tidning med tradition och tyngd alltså. Därmed resurser, kan man anta. Formen då? Syns det att man har råd? Vågar man peta i en så stor grupp människors morgonvanor? Kan man med någorlunda lätthet bläddra igenom DN och få grepp om den digra innehållsfloran? Voilà, några av Tidningspolisens Rivieradivisions spörsmål som redogörs här nedan.

För första gången i DN:s historia är logotypen på förstasidan inte centrerad. För bara några månader sedan gjordes en rejäl ommöblering i DN:s typografi- och formprogram. Men redan nu har man faktiskt nästan glömt bort vad det är som är nytt och vad som skiljer, rent typografiskt. Vore det inte för rubriken och beslutet att, kontroversiellt, byta format på alla delar utom huvuddelen så hade man nog inte tänkt nämnvärt på övriga förändringar. Till exempel så läste vi, i husorganet Cap&Design, hur man hade varit

och petat lite i de gamla beprövade typsnitten. Allt för att anpassa dem till användning i de nya tabloiddelarna. Där ser vi att det går att ändra i folks medvetande utan att de vet om det. På snudden till otacksamt. Dessa duktiga människor som sitter och skjuter en millimeter hit, en dit, och så märks det inte. Antagligen för att de gjort ett bra jobb och att formen bara ska lyfta innehållet, ge struktur, läslighet och hjälpa läsaren. Sedan skapas tidningens profil till största del av innehållet. Utseendemässigt är det mycket en vanesak.

Men, tillbaka till förstasidan, ettan. Viktigt för storstadsmänniskan. Man vill inte bara få en innehållsförteckning utan man skall även kunna «nöja» sig med att ha fått förstasidans notisnyhetssammandrag. En «ekotsändning» med minst en lite längre notis. Nytt i formspråket är användningen av riktigt blaffiga bilder på ettan. Till en början blir man lite fundersam men när de används väl mot övrigt innehåll och när man håller en hög kvalitet blåses alla associationer med kvällspressen bort.

I vänsterkrysset finner man alla dagar en bild med samma storlek. Denna inleder «Nyheter i korthet», den traditionella innehållstväspaltaren. Här får man också en första anblick av DN-strukturen. A-, B-, C-, osv. delarna har nu ersatts med färgkodad uppdelning. Där förstadelen är röd, kultur blå etc. Logiskt uppbyggd och tydligt avgränsat, enligt oss. För att få plats med allt detta (och



Då och nu. 1935 och 2003. Mycket har hänt i DN:s historia. Den senaste radikala förändringen skedde i Januari med övergång till tabloidformat för bilagorna. En stor redesign skedde även 1996.

Tidningsläsare har en tendens att vara konservativa vad det gäller tidningens utformning. Det krävs alltså att man iaktar försiktighet och bibehåller tidningens karaktär. Och nog ser man vissa likheter på dessa två exempel med drygt 60 års mellanrum



en ständigt återkommande annonsrad längst ned) på ettan krävs broadsheet. Här dröjer det innan man vågar eller ens vill ändra format, tror vi.

Många är de namnkunniga ledarna på DN.

Nästa sida är ofta textmässigt tung, trots många duktiga illustratörer (Stina Eidem m.fl.). Till höger finner man alltid en tvåspaltig (i sexspalt-uppdelning) kolumn, till

skillnad mot de övriga åttaspaltiga inslagen. Ibland blir de många ledarna på denna sida lite röriga, även om huvudledaren alltid är trygg på sin plats i vänsterkrysset.

Nästa sida är alltid en helsidesannons (likaså i kultur- och ekonomidelarna) och förvånansvärt ofta DN:s egna. Har de för trissade priser? Annars är annonseringen ganska begränsad. I förekommande fall väl arrangerad.

Köpta texter är sällsynta och begränsade till nästan enbart nyhetssidornas TT-notisrad. Inte särskilt förvånande med DN:s dignitet. Den ena debattsidan är den andra lik.

Sex-spalt och foton på författare på samma ställe. Så vill man ha det. Här sätts dagens samtalsämne i många forum och medier.

Bildanvändning är en stor fråga och viktig del i formgivningen. DN har en väl genomarbetad bildpolicy som håller högsta kvalitet. Varje uppslag har en dragarbild. Det är dock inte alltid som den hör till toppnyheten. Konstigt eller ej, vi vet ej?

Ganska tidigt in i första delen får man på helgen, och ständigt i framför allt kulturdelen, featureuppslag. Till dessa, ofta intervjuer (FOKUS, INTERVJU m.m.), kommer stora bilder. Numera väldigt stora. Ibland så stora att texten kommer bort. Eller så stora att det skapar gigantiska vita ytor. Detta känns nytt och fräscht men inte helt enkelt. Måste utföras med finesse.

Sådana här inslag återfinner man framför allt i DN:s «På Stan» (utkommer fredagar, Stockholmsguide) och den fantastiska «LördagSöndag»-bilagan. Den sistnämnda, ett helt magasin i sig. Med alltifrån hisnande reseskildringar, till vetenskap med Karin Bojs, till exotisk matlagning eller bara ett livsöde någonstans från vårt avlånga land. Helt med senaste snitt och väldigt inbjudande. Bara

tidningar med resurser som DN har råd med en sådan produktion.

Övriga bilagor är Rese, Bostad och Jobb som kommer på söndagar. Denna dag, benämnd som tegelstensdagen, (på den tiden det begav sig med alla delarna i broadsheet och med två feta Jobb-bilagor fyllda med IT-jobb) ger upphov till att pappersinsamlingen snabbt fylls, för, vem sjutton har tid att läsa allt detta?

Så tillbaka till de olika fasta delarna. Kultur är en helt egen lös tabloid. Den är inte fullt så «dagsfärsk» som första delen men känns fortfarande aktuell när vi i Nice får den, en månad gammal, och skall analysera en hel veckas upplaga. (Allt för mycket tid går till att läsa

ljuplodade intressanta featureinslag). Lagom lång och tjock. Smidigt format med oftast en intressant helsidesbild på ettan. I övrigt väl strukturerad. Massa kulturannonser på slutet och TV, som sig bör.

Detta gäller även Ekonomi och Sporten som är två sidor av samma mynt (i alla fall i DN där de återfinnes på var sin sida om i en och samma bilaga).

Det finns mängder att säga om DN. Det mesta är positivt. Det är faktiskt oundvikligt att om man läser allt som står i DN så håller man sig à jour inom många områden. I viss mån vässar man nog geniknölarna också med de ibland tunga texterna och djupa journalistiken. Alltid nyttigt!

