

Göteborg 23 mars, 2012

Stipendieberättelse för Ola Carlson, art director Magasinet Filter

Det var med stor glädje jag mottog beskedet att jag tilldelats 20.000 kr ur Stiftelsen Axel Johanssons minne för att åka till New York och ”praktisera” på New York Magazine. Men, som jag meddelat tidigare, i oktober 2011, fick jag tyvärr ändra mina planer eftersom den art director jag haft kontakt med bytte arbetsplats.

Efter ett beslut från Hiertanämndens styrelse for jag till New York ändå. Men nu med en ny agenda:

Om man, som jag, gillar amerikanska magasin och letar efter deras begåvade upphovsmän/-kvinnor finner man dem nästan alltid i New York. Så när min första plan grusades gjorde jag en topp tre-lista över de personer i Manhattans tidningsvärld jag helst skulle vilja träffa. Och med den moderna teknikens möjligheter kom jag snart i kontakt med dem:

Luke Hayman, är creative director på Pentagram (designbyrå, Time magazine m m).

Richard Turley, creative director på Bloomberg businessweek.

Christian Schwartz, typsnittsdesigner.

Underbart nog ville alla tre gärna ses och utbyta erfarenheter med en svensk magasinsformgivare.

Christian Schwartz

10 OKTOBER 2011, COMMERCIAL TYPE, 8 RIVINGTON STREET, NEW YORK

Christian, har sin bas i ruffiga East Village och designar, tillsammans med sin kollega Paul Barnes, många av de typsnitt jag använder mig av i de olika tidningar jag formger. Sitt stora genombrott fick de när de i mitten av 2000-talet ritade det typsnitt som ensamt användes i den stora och mycket uppmärksammade redesignen av brittiska dagstidningen The Guardian. Mitt möte med Christian gav förstahandsinformation om hans nuvarande och kommande projekt och vi förde dessutom samtal om hur han tänker när han transformerar historiska typsnitt till att kännas moderna, något av hans specialitet.

Richard Turley

11 OKTOBER 2011, BLOOMBERG BUSINESSWEEK, 731 LEXINGTON AVE, NEW YORK

Richard är britt som tidigt kom in på The Guardian under formgivningsgurun Mark Porter. Richard är bara 35 år gammal men är

sedan två år creative director på finans-/ekonomimagasinet Bloomberg businessweek. Det som gjorde att jag ville träffa Richard var att han, tillsammans med tidningens chefredaktör Josh Tyrangiel, vänt en trött affärstidning till ett vibrerande magasin som nu attraherar en mycket bredare målgrupp – utan att ha förlorat i trovärdighet. Intressant nog har de snarare fördjupat trovärdigheten. Med Richard diskuterade jag främst omslag. Bloomberg businessweek, som utkommer en gång i vecka, har nästan alltid uppseendeväckande, slagkraftiga och (våldigt ofta) roliga omslag. Hur gör man för att hålla den höga nivån på idéerna, vecka efter vecka?

Luke Hayman

12 OKTOBER 2011, PENTAGRAM BUILDING, FIFTH AVENUE, NEW YORK

Luke är engelsman men har bott och arbetat i New York sedan 1992. Han har tidigare bl a varit art director på New York Magazine, och är numera creative director på och delägare i Pentagram (mycket välrenommerad designbyrå). Genom sitt arbete på Pentagram har han ansvarat för redesignen av många fina magasinstitlar såsom Time magazine och Atlantic Monthly. Luke Hayman räknas till en av tidningsformgivningens världsstjärnor. Med Luke försökte jag få korn på hans erfarenheter av och tankar om omgörningar av magasin. Vi diskuterade frågor som ”Hur får vi med oss hela redaktionen på tåget?” och ”Hur nära ska en extern formgivare komma det dagliga arbetet?”.

Jag vill rikta ett stort tack till Hiertanämnden som gav mig möjlighet att utveckla mitt formgivande genom att få träffa några av magasiniformgivningens allra största kreatörer.



Ola Carlson

Art director

Raketgatan 15

413 20 Göteborg

ola@magasinetfilter.se

0706-21 90 05