

»Jo, det är en fisk»

••• av Måns Björkman

Under större delen av det gångna året har jag arbetat med en grafisk profil för Brännkyrka församling. Projektet har varit mitt hittills mest omfattande som grafisk formgivare. Under arbetets gång har jag fått många intressanta erfarenheter.

BRÄNNKYRKA FÖRSAMLING ÄR en av Svenska kyrkans större församlingar i Stockholm. Församlingen sträcker sig från Fruängen i väster till Östberga i öster, och söderut till Älvsjö och Långsjö. I församlingen finns bara en »riktig» kyrka, Brännkyrka kyrka. Det finns dock planer på att bygga en till kyrka i Fruängen. Där ligger redan en »kyrksal» som delvis används som kyrkorum, delvis för annat. Tidigare fanns också en församlingslokal i Västertorp.

I början av februari 2002 fick jag ett e-brev från **Kari Malmström**, tillträdande informatör i Brännkyrka församling. Under 2001 hade vi samarbetat om församlingens hemsida (<http://www.brannkyrka.org>), hon i sin dåvarande roll som frilansjournalist. I brevet frågade hon om jag skulle ha lust att »ta fram ett eller ett par förslag till logotyp samt ett koppel dummies och mallar för framtida övningar». Jag tackade kvickt ja, med reservationen att studierna vid Grafiska institutet skulle kräva mycket av min tid.

Saknade profil

Vid denna tid hade Brännkyrka församling i princip ingen grafisk profil över huvud taget. Församlingens olika verksamheter använde fritt de typsnitt, färger och symboler som de kände för. De enda gemensamma element som förekom var dels ett sigill, dels några teckningar av kyrkan och kyrksalen.



Brännkyrka församlings gamla sigill.



Tryckta alster innan den nya grafiska profilen

Det var snart tydligt att uppdraget omfattade ganska mycket mer än »ett koppel dummies och mallar». Förutom logotyp ville man ha nya brevpapper och kuvert, visitkort, informationsblad, symboler för de båda kyrkorumen samt vinjetter för olika kyrkliga aktiviteter som barnverksamhet, körsång med mera. Församlingens informationsblad Brännkyrka-bladet (som distribueras som en bilaga i Mitt i Söderort) skulle också få sig en överhaling. Dessutom måste hemsidan göras om efter den nya grafiska profilen – det sistnämnda återstår ännu att göra.

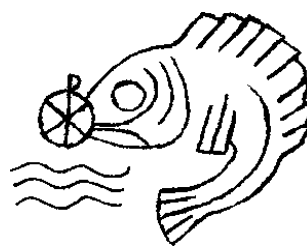
Arbetet börjar

Innan projektet drogs igång på allvar måste det förankras hos den kyrkliga instans som kallas storkollegiet. I början av mars togs frågan om en grafisk profil upp på ett kollegium, och så gott som alla medverkande var positiva. Vid mötet framkom många önskemål på den nya profilen. Efter ett ytterligare möte med Kari och kyrkoherde **Torkil Nilson** kunde arbetet komma igång på allvar.

Bland de krav som ställdes ingick att

- Församlingen skulle ha *en tydlig avsändare*. Man skulle kunna se direkt att exempelvis ett utskick kom från Brännkyrka.
- Den *kristna, kyrkliga grunden* skulle framgå tydligt.
- Man ville förmedla ett *enkelt och stilrent* intryck, men *absolut inte trendigt*.
- Formspråket skulle upplevas som *seriöst*, och samtidigt *företräda tradition med »det nya»*.
- Församlingens signalfärg skulle vara någon nyans av *blått*.

Några konkreta tankar om logotypen framkom också. En var att det gamla sigillet skulle ligga till grund för en ny logo. Man nämnde även en annan inspirationskälla: i dopskålen som används i Brännkyrka kyrka har en lokal konstnär etsat en stiliserad fisksymbol. Det var med detta grundmaterial som jag angrep frågan om en ny logotyp.



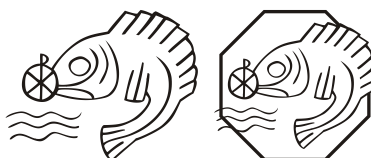
En avbild av dopskålens etsning.

Logon ringas in

Jag började med att utarbeta ett antal olika förslag på *logo* – en symbolbild till vilken texten »Brännkyrka församling» kunde knytas. Ett vilt spånande i skissblock övergick i mer systematisk utformning i dator av de mer lovande utkasterna. Flera av förslagen utgick från det gamla sigillet, dopskålen eller en kombination därav. Jag försökte också leka en del med eld-symboliken – en alltför naturlig koppling i en församling där kyrkan brunnit åtminstone tre gånger i historisk tid – men resultaten av detta blev inte särskilt övertygande.



Symboler baserade på sigillet...



...dopskålen...



...och en stiliserad dopskål

Man kan notera att alla här visade förslag innehåller en fisk i någon form. Även om fisken är en gammal kristen symbol är det förstås mest en slump att både sigillet och dopskålens bild inbegriper en fisk. Till slut blev det helt följdriktigt en fisksymbol man fastnade för. Av de förslag jag presenterade för Brännkyrka var de tre grundformerna ovan de mest populära. Symbolen längst till höger ovan uppfattades som stel och oinbjudande, så jag bestämde mig för att utveckla den.



Utvecklingen av fisksymbolen.

Korsen i symbolen längst till höger lades till när det framgick att den korsvisa uppdelningen av bilden inte var uppenbar för alla. Denna symbol blev också vad Brännkyrka till slut valde.

Val av typsnitt

Parallellt med framtagandet av logo arbetade jag med olika förslag på typsnitt att använda i logotypen. Här var dock vinnaren given ganska tidigt. Kari förespråkade redan från början det typsnitt jag använt för titeln »Brännkyrka församling» på hemsidan. Typsnittet, som heter Goudy Sans, designades av Frederic Goudy 1929 och är ett originellt rubriktypsnitt. Stilen har detaljer som associerar till medeltid (se särskilt överhänget på versala A), men ser mestadels ut som en regelrätt sanserif-stil med antydna seriffer. Den motsvarade alltså perfekt önskemålet att »förena tradition med ›det nya».

Typsnittet kombinerades med logon i ett antal olika logotypvarianter. Varianterna kan användas i olika sammanhang beroende på tillgängligt utrymme med mera. En sista justering av Ä- och Ö-prickarna, och logotypen var färdig.



Några av de olika tillåtna logotyp-varianterna.

Det fanns önskemål om att också använda Goudy Sans som rubriktypsnitt. Till en början motsatte jag mig det, eftersom jag var rädd att logotypens effekt skulle minska om konkurrerande text sattes i samma stil. Jag fick ge med mig, men jag rekommenderade att undvika helt versala rubriker, och särskilt typsnittets lättaste vikter som ju används i logotypen. Hittills har det fungerat.

Till Goudy Sans skulle man nu hitta ett lämpligt komplement för brödtext. Brännkyrkas pressade budget gjorde att jag i första hand inriktade mig på typsnitt användarna redan hade installerade på sina datorer, för att man inte skulle vara tvungen att köpa in ett helt nytt. Valet föll, efter en del dividerande, på Bitstreams Century Old Style. Informatören ville, förståeligt nog, även ha en komplementerande sanserif. Eftersom antalet potentiella användare av denna stil var färre kunde vi kosta på oss ett licensbelagt typsnitt, och vi valde gemensamt Optima vars tilltal påminner om Goudy Sans.

Smygpremiär

Formellt sett skulle den grafiska profilen godkännas av ett storkollegium i augusti innan den sjösattes, men redan i mitten av juli började afficher och programblad produceras med ny logotyp och färgsättning. Detta visade sig vara ett smart drag: när storkollegiet sammanträdde hade de redan sett den nya profilen i sitt sammanhang, och kunnat konstatera att den fungerade. Man godkände alltså arbetet utan förbehåll.

Så var det dags för informationstidningen Brännkyrkabladet att designas om. Här skulle Kari fungera som redaktör och layoutare. Min uppgift var att ge förslag på övergripande ny design och skapa ett nytt tidningshuvud.

Till att börja med ändrade vi tidningens dekorfärg, från ospecificerat giftgrönt (i vissa upplagor skiftande till cyan grönt) till samma blå nyans som i logotypen. Layouten på tidningen var dömd att skifta ganska mycket mellan utgåvorna på grund av varierande innehåll, så mitt designförslag blev snarast en »idéskiss» för hur ett nummer skulle kunna se ut. Efter ett antal utkast till tidningshuvud valde Kari ett som ganska uppenbart var baserad på församlingens logotyp.

Ett problem som vi snart upptäckte var att det var svårt, även med provtryck, att veta hur den blå nyans vi valt skulle se ut på Mitt i Söderorts grova tidningspapper. Oftast gav den ett intryck av grått snarare än blått. Detta problem är ännu inte löst till fullo.

ABCDEFGHIJKLMNO
PQRSTUVWXYZÅÄÖ.!?
abcdefghijklmnopqrst
uvwxyzåöö 1234567890

Goudy Sans



T.v: Maj 2002 – ett av de sista numren av Brännkyrka Bladet med det gamla utseendet.

T.h: Oktober – det första numret med nytt utseende.

Mera arbete

Under hösten har arbetet med den grafiska profilen fortsatt. Ett otal vinjetter och special-logotyper har skapats, bland annat för Café örtagården, som ligger i anslutning till Fruängens kyrksal. Brevpapper och kuvert är på väg att tryckas. Visitkort är på planeringsstadiet. Det största block som återstår är Brännkyrkas hemsida. När jag påbörjar arbetet med den är jag tillbaka där jag började. Cirkeln är sluten.



Ett av de senaste nytillskotten.

Lärdomar

I arbetet har jag gjort några observationer som kan vara intressanta.

- 1. Förankra ditt arbete väl!** Har man väl låtit alla berörda instanser säga sitt, som i detta fall storkollegiet, är risken mindre att de kommer och klagat senare. I arbetet med Brännkyrka hade jag överraskande nog turen att slippa problem med olika beslutsinstanser.
- 2. Var noggrann med förarbetet!** Ta reda på vad kunden vill ha så noga som möjligt. Detaljerade förslag, särskilt från storkollegiet, gjorde det mycket enklare för mig att träffa rätt snabbt.
- 3. Gör många utkast!** Kreera vilt. Ju fler och mer varierade idéer du kläcker desto större är chansen att någon faller kunden i smaken.
- 4. Rätta munnen efter matsäcken!** Även om en organisation totalt sett har mycket pengar kan det vara ganska lite som når varje avdelning. Informationsavdelningen i Brännkyrka församling får i alla fall ganska lite. Detta påverkade bland annat mitt val av typsnitt.

I det första numret av Brännkyrka Bladet med nytt utseende ägnade kyrkoherde Torkil Nilson hela sin ledare åt den nya logotypen. Bland annat skrev han:

Jo, det är en fisk. Också den en urgammal kristen symbol, ett igenkänningstecken. Det var genom fiskens tecken som de första kristna kunde identifiera varandra i förföljelsetider; ett hemligt tecken. Fisk heter på grekiska »iktys». Bokstäverna utgör begynnelsebokstäverna i de ord som på svenska betyder Jesus Kristus, Guds Son, Frälsare.

I en bra logotyp finns alltid mer att upptäcka än kreatören avsett. Man lär så länge man lever.

...