

TIPOGRAFIKOS ĮTAKA KNYGŲ VIZUALINEI KOMUNIKACIJAI: KNYGOS DAILININKŲ POŽIŪRIS

Justina Bakutytė | Vilniaus universiteto Knygotyros ir

dokumentotyros institutas

Universiteto g. 3, LT-01513 Vilnius, Lietuva

El. paštas: justina.bakutyte@gmail.com

Straipsnyje nagrinėjamas pagrindinio tipografikos elemento – šrifto – funkcionavimas komunikacinėje knygos sistemoje. Šios temos mokslinių tyrimų, kuriuose būtų analizuojamos retorinės ir simbolinės šrifto savybės bei knygos vizualumo problematika, Lietuvoje nėra. Remiantis ekspertų apklausos interviu metodu surinktais duomenimis bei mokslinės literatūros analize, aprašytos tipografikos ir vizualinės komunikacijos teorijos, jų tarpusavio sąryšis, atskleistas Lietuvos knygos dailininkų požiūris į tipografikos įtaką vizualinei knygos komunikacijai. Prieita prie išvados, kad šriftas, kaip vienas iš knygos grafikos elementų, gali įgauti retorinių ar simbolių konotacijų ir tokiu būdu kurti savitą diskursą.

REIKŠMINIAI ŽODŽIAI: *tipografika, vizualinė komunikacija, šriftas, šrifto retorika, simbolis, medija, knygos dailininkas.*

Šiuolaikinė visuomenė pasižymi asociatyviu mąstymu ir išlavinta vizualine atmintimi, taigi teksto išvaizda tampa ne ką mažiau svarbi už turinį. Vis labiau populiarėja nuostata, kad *šriftas savaime gali komunikuoti prasmę*, kitaip tariant – šriftai turi skirtingas konotacijas, daro įtaką turinio įsisavinimui ir interpretacijai. Teksto ženklų vizualumas keičia informacijos perdavimo ir suvokimo procesus, kaip ir paties tekstinio dokumento santykį su skaitytoju. Atsižvelgiant į teksto suvokimo pokyčius, svarbu aktualizuoti ir jo sąrankos metodus.

Nors pirmosios diskusijos knygos vizualumo klausimu prasidėjo dar XX a. 4–5 dešimtmečių sandūroje, tipografinių elementų santykis su leidinio vizualine komunikacija iki šiol nėra tiksliai apibrėžtas. Tik keletas mokslinių darbų siekė tirti šriftų optines galimybes, kuriamas vaizdines asociacijas bei sąveiką su skaitytoju (Simon Garfield¹, Theo van Leeuwen², Eva Brumberger³, Hartmut Stöckl⁴). Lyginant su užsieniu, Lietuvos menotyroje gausu knygos, komercinės (reklaminės) grafikos, plakatų istorijos tyrinėjimų, kuriuose pabrėžiamas iliustracijų vaidmuo, o šriftas suvokiamas kaip antraeilis dalykas. Pasigendama teorinių veikalų ir diskusijų kny-

gos vizualumo klausimais – šia tema yra tik kelios mokslinės publikacijos lietuvių kalba – Danutės Zovienės⁵, Larisos Lubienės⁶).

Straipsnio tikslas – išanalizuoti tipografikos įtaką knygos vizualinei komunikacijai ir nustatyti praktinio tokios teorijos taikymo galimybes. Straipsnyje keliam hipotetinė prielaida, jog knyga kaip materialus spaudos objektas vizualiai komunikuoja prasmes, kurios gali būti atskirtos arba susietos su tekste esančiomis reikšmėmis. Vizualinei knygos komunikacijai įtaką daro tipografiniai elementai, kurių pagrindinis – šriftas ir su juo susijusios charakteristikos. Remiantis teorinės analizės ir kokybinio tyrimo metu surinkta medžiaga, analizuojamas hipotezės pagrįstumas ir galimybės pritaikyti Lietuvoje.

Šis straipsnis – pirmasis mokslinis darbas lietuvių kalba, kuriame šriftas analizuojamas ne kaip industrinis produktas, o kaip simbolis, turintis komunikacinių savybių. Atliktas tyrimas pateikia išsamų autoritetingų Lietuvos knygos dailininkų požiūrį į tiriamą objektą, kuris anksčiau aptartas tik pavieniuose straipsniuose. Taigi, dedamas pagrindas tolesnėms šrifto teorijos ir retorikos studijoms Lietuvoje, tyrimo rezultatai atspindi šiuo metu knygos meno srityje susiklosčiusią situaciją, suteikiama galimybė vėlesniuose darbuose analizuoti tos situacijos kaitą.

TIPOGRAFIKOS TERMINO SAMPRATA IR APRĖPTIS

XIX–XX a. sandūroje vykusį sparti industrializacija darė didelę įtaką knygų leidybos verslui – naujos technologijos (giliaspaudė, ofsetas, fotografinis reprodukuavimas ir t. t.) sumažino gamybos išlaidas ir padarė knygą labiau prieinamą plačiajai visuomenei. Masinė spausdintinės produkcijos gamyba sudarė prielaidas rasti ir naujoms meno kryptims – grafiniam dizainui, knygos menui, tipografikai.

1 GARFIELD, Simon. *Just My Type: A Book about Fonts*. London, 2010, p. 67.

2 van LEEUWEN, Theo. *Towards a semiotics of typography* [interaktyvus]. Prieiga per internetą: <[http://faculty.washington.edu/thurlow/com210b/readings/vanleeuwen\(2006\).pdf](http://faculty.washington.edu/thurlow/com210b/readings/vanleeuwen(2006).pdf)>.

3 BRUMBERGER, Eva. The Rhetoric of Typography: Effects on reading time, reading comprehension, and perceptions of ethos. *Technical Communication*, 2004, vol. 51, no. 1, February, p. 13–24; BRUMBERGER, Eva. The Rhetoric of Typography: The Persona of Typeface and Text. *Technical Communication*, 2003, May, vol. 50, no. 2, p. 206–223.

4 STÖCKL, Hartmut. *Typography: body and dress*

of a text – a signing mode between language and image [interaktyvus]. Prieiga per internetą: <http://stoeckl.sbg.ac.at/Home/Publikationen_files/Stoeckl_Typography_2005.pdf>.

5 ZOVIEŅĖ, Danutė. Formalieji knygos meno principai ir jų kaita. Iš *Formų difuzijos XX a. dailėje*. Vilnius, 2006, p. 186–195; ZOVIEŅĖ, Danutė. Šiuolaikinės tiražinės knygos meninis apipavidalinimas: raida ir stilistika. *Knygotyra*, 2007, t. 49, p. 168–187; ZOVIEŅĖ, Danutė. Vizualumas knygos mene. *Dailė*, 2007, nr. 1, p. 10–15.

6 LUBIENĖ, Larisa. *Vizualinės informacijos grafika*. Vilnius, 2002. 96 p.

Kaip savarankiška mokslo ir meno šaka, tipografika ėmė formuotis XIX a. pabaigoje, o pirmaisiais XX a. dešimtmečiais buvo apibrėžti teoriniai šios disciplinos pagrindai. Nepaisant to, iki šiol nesutariama dėl termino reikšmės. Dauguma knygų meno klasikų, *Arts & Crafts* meninio judėjimo ideologijos sekėjų, tipografiką laiko meno atšaka: <...> *tekstas, kaip ir dailės kūrinys, žmogaus pasąmonėje projektuojama emocijas. Dėl šios priežasties tipografiką galima laikyti meno rūšimi*⁷. Tačiau XX a. antroje pusėje Europoje įsigalėję konstruktyvizmo ir Bauhauzo stiliai išpopuliarino mokslinę tipografikos paradigmą. Tipografikos tėvu ir Bauhauzo šaukliu vadinamo Jano Tschicholdo teigimu, *tobula tipografika labiau susijusi su mokslu nei su menu. Nepaisant skonio, skiriamasis tobulumo ženklas yra taisyklių supratimas <...>*⁸.

Nuodugnesnė terminų studija rodo, kad bene kiekvienas tipografikos teoretikas ar praktikas turi individualų požiūrį į termino reikšmę. Taip yra todėl, kad tipografika yra tarpdisciplininė sritis, *jungianti tokias mokslo sritis kaip sociologija, lingvistika, psichologija, estetika ir daug daugiau*⁹. Visgi vienas universaliausių sąvokos paaiškinimų pateikiamas L. Lubienės publikacijoje: *Tipografika (gr. „typos“ – atspaudas, „graphikos“ – nupieštas) yra spaudinio apipavidalinimas tipografinėmis priemonėmis, meniškai išdėstant rinktą tekstą, parenkant šriftą, popierių, spaudos techniką, teksto toninį intensyvumą, jo dalių proporcijas ir ritmą puslapyje. Esminis tipografikos principas yra derinti utilitarinį (t. y. informacinį) ir meninį leidinio aspektus*¹⁰. Šiuo apibrėžimu ne tik išvardijami pagrindiniai tipografinės sistemos elementai, bet ir visapusiškai nusakoma tipografikos panaudojimo esmė – vizualine menine kalba išreikšti racionalią informaciją.

Siekiant ne tik apibrėžti, bet ir suprasti tipografikos sampratą bei aprėptį, svarbu žinoti pagrindinius tipografinės sistemos elementus ir jų vietą materialinėje knygos konstrukcijoje. Šiame straipsnyje remiamasi knygoje *Pagalba tipografams* pateikiama makro- ir mikrotipografikos klasifikacija¹¹. Šriftas ir su juo susijusios charakteristikos patenka į mikrotipografikos lauką, kuris telkia dėmesį į leidinio turinį, t. y. tekstą ir grafiką. Pagrindiniai mikrotipografikos dėmenys yra šrifto stilius, dydis, interlinija (tarpai tarp eilučių), kerningas (rašmenų sanglauda) ir spalva. Sąveikaudami tarpusavyje šie elementai ne tik suteikia tekstui fizinę formą, bet ir daro įtaką skaitomumui, informatyvumui, vaizdiniam patrauklumui, o sąveikaudami su skaitytoju gali įgauti savitas konotacijas ir veikti reprezentuojamų idėjų reikšmes. Kitaip tariant, šriftai įgauna ženklo, simbolio, signifikanto reikšmę ir toliau gali būti nagrinėjami vizualinės komunikacijos kontekste.

VIZUALINĖS KOMUNIKACIJOS TEORIJOS ATSIKIRIMAS IR TERMINO SAMPRATA. ŠRIFTO RETORIKA

Sąvoka „vizualinė komunikacija“ sudaryta iš žodžių „vizualumas“ ir „komunikacija“ junginio. Vizualumas (lot. *visualis* – mąstymas) reiškia vaizdo suvokimą, matomumą ar galimybę būti pamatytam, vaizdo sąmonėje susiformavimą arba metodą, panaudojantį regėjimą¹². Komunikacija (lot. *communicatio* – pranešimas, perdavimas, *communicare* – dalintis, darytis bendru) suprantama kaip *žmonių ar socialinė sąveika per pranešimus. Ji yra neintencionali – netyčinė, neišvengiama, prasideda tuo momentu, kai stimulo ar pranešimo gavėjas suteikia jam reikšmę <...> tai pasikeitimas prasme tarp individų, naudojant bendrą simbolių sistemą*¹³. Apibendrinant vizualinė komunikacija suprantama kaip informacijos perdavimas vaizdinėmis priemonėmis, kurios suvokiamos jas skaitant arba stebint.

Esminis rašto požymis, lyginant su kitomis vizualinėmis ženklų sistemomis, yra jo dvimatiškumas¹⁴ – raštas atlieka ir vaizdinio, ir žodinio elemento funkcijas. Tai, nors žodžių prigimtis yra verbalinė, raštas (ir šriftas) įprasmina juos kaip vaizdinį, grafinį elementą, kuris įsisavinamas stebint ir suvokiant. Tai, kad raštas / šriftas yra vizualinė žodžių, kuriais žmonės komunikuoja, išraiška, leidžia laikyti tipografiką vizualinės komunikacijos esme.

Su tipografika susijusios vizualinės komunikacijos ištakos prasideda pirmųjų žmonių piešiniuose – neegzistuojant tradicinei kalbai ir raštui, vaizdu buvo stengiamasi perduoti informaciją. Evoluicionuojant žmogui keitėsi ir rašto sistema – nuo primityvaus piktografinio rašto pereita prie fonetinio, kuriuo remiasi ir dabartinė lotyniškų rašmenų sistema¹⁵. Kai kurių mokslininkų teigimu, fonetinio

7 BLACKWELL, Lewis. *Schrift als Experiment – Typographie im 20. Jahrhundert*. Birkhäuser Basel, 2004, p. 17.

8 BRINGHURST, Robert. *The Elements of Typographic Style* [interaktyvus]. Prieiga per internetą: <<http://www.benjamincoh.com/images/Final%20Content.pdf>>.

9 GRUENDLER, Shelley. It's not how we teach typography; it's how we learn typography. Iš *Communication Arts* [interaktyvus]. Prieiga per internetą: <<http://www.commarts.com/Columns.aspx?pub=3966&pageid=1334>>.

10 LUBIENĖ, Larisa. *Vizualinės informacijos grafiška*. Vilnius, 2002, p. 43.

11 WILLBERG, Hans Peter; FORSSMAN, Friedrich. *Pagalba tipografams*. Vilnius, 2006, p. 9.

12 REIMERIS, Ramojus. Vizualumo studijos Lietuvoje. *Filosofija. Sociologija*, 2011, t. 22, nr. 1, p. 3.

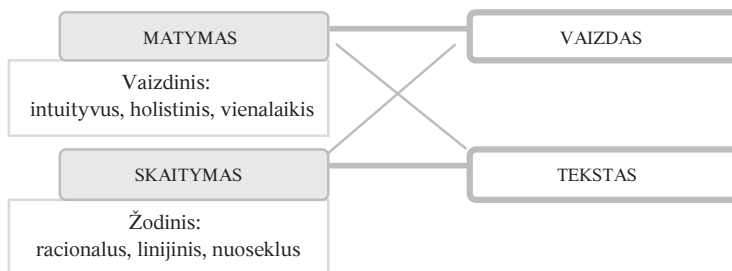
13 GUDONIENĖ, Vilija. *Įvadas į masinės komunikacijos teorijas*. Vilnius, 1998, p. 8.

14 BUDREVIČIUS, Algirdas. *Semiotikos įvadas*: [virtuali studijų priemonė]. Prieiga per internetą: <<http://www.kf.vu.lt/~albud/semiot/pask/turinys.htm>>.

15 VLADIMIROVAS, L. *Knygos istorija*: Senovė. Viduramžiai. Renesansas, XVI–XVII amžius. Vilnius, 1979, p. 9–34, 81–87.

rašto išradimas žymi žodinio ir vaizdinio mąstymo atskyrimą: *Iš pradžių alfabeto simboliai vizualiai reprezentavo vaizduojamą objektą ar sąvoką, tačiau atsiradus fonetiniam raštui santykis pasikeitė ir tapo mažiau aiškus.*¹⁶

Nepaisant atsiradusios skirties, sąmoninis žodžio kaip vaizdo (formos) suvokimas neišnyko. Tai patvirtina pastaraisiais dešimtmečiais intensyviai vykdomi žmogaus aplinkos suvokimo tyrimai, o šiame darbe teiginys grindžiamas pagal Katherine McCoy aprašymą sukurta schema (žr. pav.)¹⁷. Anot K. McCoy, matymas ir skaitymas yra tradiciniai pranešimo perdavimo modeliai, o vaizdas ir tekstas – tų pranešimų nešikliai. Matymas suvokiamas kaip vizualus procesas ir yra laikomas intuityviu, emociiniu, patiriamu beveik nesąmoningai. Skaitymo



1 PAV. K. McCoy dichotominė matymo ir skaitymo schema

procesas, priešingai, yra susijęs su žodiniu rašytinių ženklų (raidžių) dekodavimo procesu. Norėdamas dekoduoti pranešimą, priėmėjas turi žinoti kodą, t. y. mokėti pranešimo kalbą, todėl skaitymo procesas laikomas racionalių ir nuosekliu. Tačiau, K. McCoy teigimu, egzistuoja dar dvi jungtys tarp matymo ir skaitymo bei vaizdo ir teksto. Autorė aiškina, jog žodžiai yra perskaitomi ir interpretuojami, o šriftas pamatomas, perskaitomas ir tada interpretuojamas¹⁸. Intuityvi, holistinė ir vienalaikė matymo prigimtis suponuoja, kad puslapyje naudojamos tipografinės priemonės sukuria bendrą nuotaiką dar prieš žodžiui pasiekiant skaitytojo sąmonę.

K. McCoy suformuotą teoriją palaiko ir vizualinės retorikos pradininku vadinamo Rudolpho Arnheimo hipotezės. Anot jo, *nors žodinis ir vaizdinis mąstymai yra du atskiri dalykai, mąstymas ir matymas negali būti atskirti*¹⁹. Kaip argumentą mokslininkas pateikia dualistinę – žodinę ir vaizdinę – tipografikos prigimtį. Nagrinėdamas šrifto vizualumo klausimus, R. Arnheimas savo darbuose vartojo terminą „vizualinė retorika“, kurį aprėpia sąvoka „vizualinis raštingumas“. Šis paprastai skirstomas į tris kategorijas: vizualinis mąstymas, vizualinis mokymasis ir vizualinė komunikacija / retorika²⁰. Kadangi tipografika yra viena iš vizualinės ko-

munikacijos, taigi, ir vizualinės retorikos, atšakų, o šiame darbe gilinamasi į šrifto komunikacines galimybes, tolesnėje analizėje vartojama šrifto retorikos sąvoka.

Iki šiol išsamiausios šrifto retorikos studijos buvo atliktos semiotikos ir medijų teorijos mokslų kontekste. Semiotikų supratimu, skaitytojas, kaip aktyvus prasmės kūrėjas, daro didžiausią įtaką teksto suvokimui ir interpretacijai. Anot Rudolpho Arnheimo ir Rudolpho Lanhamo, *suvokimui įtaką daro skaitytojo ar žiūrovo ankstesnės patirtys, jo vertybės bei lūkesčiai*²¹, o *sprendimų priėmimo procesas yra aktyviai veikiamas ankstesnių patirčių ir konteksto, todėl suvokimas apibrėžia ne tik tai, ką matome, bet ir kaip tai matome*²². Ši teorija suponuoja, kad išankstinis pažinimas (išsilavinimas, socialinis ir kultūrinis kontekstas) bei lūkesčiai formuoja žmogaus santykį su suvokimo objektu (tekstu / vaizdu). Taigi, dėl interpretacijos kalbinė reikšmė tampa nestabili ir neapibrėžta, o knygos ar kito spaudos produkto tipografinė visuma skaitytojo sąmonėje gali sužadinti asociacijas, kurios interpretacijos procese priskirs tekstui vienokią ar kitokią personą (charakterį)²³.

Iš dalies panašiai šrifto retoriką aiškina medijų teorija, tačiau čia daugiausia dėmesio skiriama pačiam rašto ženklui, jo formai. T. van Leeuwen teigimu, *tipografikos priemonės praplečia teksto prasmę, todėl gali būti traktuojamos kaip savarankiškas diskursas <...>*.²⁴ *Tipografika gali vykdyti sąveiką su objektu ir išreikšti požiūrį į tai, ką ji reprezentuoja. Žodis gali būti pakeistas įspėjimu ar klausimu pasitelkiant vien tipografinius ženklus. <...> Ji gali interpretuoti arba „atlikti“ tekstą kaip modernų, tradicinį, kaprizingą, rimtą, nuobodų, linksimą*.²⁵

Apibendrinant semiotinį ir medijų teorijos požiūrius galima teigti, jog prasmė atsiranda ne tik dėl žodžių kaip idėjų simbolizmo, tačiau ir dėl žodžių kaip vaizdinių simbolizmo ir jų interpretavimo. Anot Maritos Sturken, *visų vizualinių*

16 BRUMBERGER, Eva. The Rhetoric of Typography: Effects on reading time, reading comprehension, and perceptions of ethos. *Technical Communication*, 2004 February, vol. 51, no. 1, p. 13.

17 MCCOY, Katherine. *American Graphic Design Expression: the Evolution of American Typography* [interaktyvus]. Prieiga per internetą: <<http://www.highgrounddesign.com/mccooy/km2.htm>>.

18 Ten pat.

19 BRUMBERGER, Eva. The Rhetoric of Typography: Effects on reading time, reading comprehension, and perceptions of ethos. *Technical Communication*, vol. 51, no. 1, February 2004, p. 14–15.

20 OWL: *Purdue Online Writing Lab* [interaktyvus]. Prieiga per internetą: <<http://owl.english.purdue.edu/owl/resource/691/01/>>.

21 BRUMBERGER, Eva. The Rhetoric of Typography: Effects on reading time, reading comprehension, and perceptions of ethos. *Technical Communication*, 2004, vol. 51, no. 1, p. 13.

22 BRUMBERGER, Eva. The Rhetoric of Typography: The Persona of Typeface and Text. *Technical Communication*, 2003, May, vol. 50, no. 2, p. 207.

23 STANISCIA, Simona. *Postmodernism: The New Typography for the New Reader* [interaktyvus]. Prieiga per internetą: <<http://www.simonastaniscia.eu/downloads/Design%20Discourse.pdf>>.

24 van LEEUWEN, Theo. *Towards a semiotics of typography* [interaktyvus]. Prieiga per internetą: <[http://faculty.washington.edu/thurlow/com210b/readings/vanleeuwen\(2006\).pdf](http://faculty.washington.edu/thurlow/com210b/readings/vanleeuwen(2006).pdf)>.

25 Ten pat.

*elementų (ne tik šrifto) įtaka skaitytojui / žiūrovui priklauso nuo subjektyvaus vertinimo*²⁶. Kriterijai, kuriais individas remiasi interpretuodamas reikšmę, priklauso nuo kultūrinių kodų bei universalaus supratimo apie tai, kas yra gražu ar negražu, įdomu ar nuobodu, šokiruoja ar yra banalu²⁷. Taigi, vaizde slypinčios savybės visiškai atsiskleidžia tik santykyje su kontekstu, kuriame jos peržiūrimos, kodais, kurie dominuoja visuomenėje, ir stebinčiuoju, kuris suteikia joms reikšmę.

LIETUVOS KNYGOS DAILININKŲ POŽIŪRIS Į TIPOGRAFIKOS ĮTAKĄ KNYGOS VIZUALINEI KOMUNIKACIJAI

Siekiant praktiškai patikrinti aptartą teorinę medžiagą ir straipsnio pradžioje iškeltą hipotezę, atliktas kokybinis tyrimas naudojant vieną iš apklausos metodo rūšių – ekspertų interviu. Tokio metodo pasirinkimą lėmė tai, kad jis užtikrina didesnę gautos informacijos patikimumą ir išsamumą bei orientuojasi į žinojimo struktūras apie praktikoje egzistuojančius dėsningumus²⁸. Temos specifiskumas suponavo siaurinti tyrimo imtį – knygos kūrimas, tipografinių elementų išmanymas ir naudojimas kuriant vizualinę knygos komunikaciją nėra bendro pažinimo dalykai, taigi objektyviausių žinių šiais klausimais gali pateikti tik asmenys, dėl profesinės ar gyvenimo patirties turintys patikimiausią ir pakankamai išsamią informaciją apie tiriamą objektą²⁹.

Vadovaujantis šiuo kriterijumi, ekspertais laikomi aštuoniolika Lietuvos knygos dailininkų, kurie dėl darbo patirties, turimų pareigų ir nuopelnų knygos menai gali būti vadinami kompetentingais viešosios nuomonės formuotojais ir sektiniais pavyzdžiais. Čia svarbu pažymėti, jog straipsnyje knygos dailininkas suvokiamas kaip knygos meninės išvaizdos kūrėjas, atliekantis teksto maketavimo, iliustracijų parinkimo ir komponavimo, viršelio sukūrimo darbus, ir neturėtų būti painiojamas su knygos iliustruotoju³⁰.

Pagal techniką ir formą šis interviu priskiriamas pusiau formalizuotų (struktūruotų) interviu tipui. Tokiu būdu pagrindinių klausimų formulavimas, jų tvarka, skaičius, kodavimas ir užrašymo forma iš anksto buvo numatomi ir vienodai tiksliai užfiksuojami, tačiau atliekant interviu užsimezgdusios diskusijos metu iškilę klausimai taip pat buvo fiksuojami ir įtraukiami į bendrus respondento atsakymus. Siekiant išsiaiškinti požiūrį į tipografikos įtaką knygos vizualinei komunikacijai, respondentams buvo užduodami septyni pagrindiniai klausimai. Jiems buvo leidžiama laisvai formuluoti atsakymus, kurių turinys ir forma neribojami, todėl viename atsakyme galima rasti ir išskirti kelis teiginius.

Tyrimas buvo vykdomas 2012 metų balandžio ir gegužės mėnesiais. Apklausos metu surinkti empiriniai duomenys analizuojami remiantis logine klausimų seka,

ieškant ir išskiriant dažniausiai pasikartojančius teiginius ar prieštaravimus. Teiginiai pagrindžiami respondentų citatomis iš interviu teksto. Analizės metu taip pat ieškoma sąsajų su teorinėje straipsnio dalyje aprašytais teiginiais, tokiu būdu praktiškai įrodant jų egzistavimą ir pritaikymą.

Pirmuoju klausimu siekiama išsiaiškinti respondentų teikiamą reikšmę šriftui, kaip vienam iš knygos materialios konstrukcijos elementų. Šeši iš aštuoniolikos respondentų teigė, jog knygos esmė yra tekstas, o ne kiti grafiniai elementai. Kadangi šriftas yra materialio teksto forma, jis tampa svarbiausias ir reikalauja didžiausio dėmesio. Kęstučio Vasiliūno teigimu, *bet kokia informacija, perteikiama tekstu, yra materializuojama šrifto pagalba, todėl labai svarbu, koks tas šriftas*. Septyni respondentai nurodė, kad šriftas yra lygiavertis kitiems grafiniams knygos elementams, su kuriais sudaro knygos visumą: *šriftas yra glaudžiai susijęs su knygos architektonika, kuri nusako leidinio specifiką, paskirtį, žanrą* (Irena Daukšaitė-Guobienė). Tik trys respondentai teigė, jog šrifto svarba gali priklausyti nuo paties knygos dailininko jam teikiamos reikšmės: kiekvienas knygos kūrėjas turi savitą požiūrį į šrifto svarbą ir jis gali priklausyti nuo tam tikros meno mokyklos ar paties suformuotos logikos. Didžioji dalis respondentų išreiškė vieningą požiūrį į tai, kad šrifto svarba ir jo parinkimas turi priklausyti nuo literatūros žanro, knygos turinio, netgi paties autoriaus. Romas Orantas (1947–2012) apibūdino skirtingiems žanrams būdingas šrifto naudojimo technikas: *<...> vaikiškai knygai šriftas didesnis, aiškesnis, raidės piešinys turi būti aiškiai matomas <...> Grožinei literatūrai svarbiau šrifto santykis su pačiu puslapiu <...> svarbiausia, kad žodis būtų aiškiai ir lengvai suvokiamas, kad eilutės ilgis būtų atitinkamas ir patogus skaitymui. <...> mokslinėje literatūroje svarbu naudoti tipografinius akcentus – kursyvą, pusjuodį, pabrauktą šriftą <...> poezijoje dar neseniai buvo itin populiariu naudoti kursyvą, kuris, tarsi, elegantiškesnis, intymesnis, kuria privatesnę santykį su skaitytoju*. Tomas Mrazauskas pažymi, kad svarbu atsižvelgti ir į autorių. Savo teiginį jis iliustruoja pavyzdžiais apie Ulises Carrión ir Honzos Zamojskio kūrybą, kuriai būdingas dekonstruktyvizmas, todėl, respondento teigimu, tai turi atsispindėti ir knygoje, nes kitu atveju bus jaučiamas teminis knygos ir kūrėjo manifestuojamų vertybių neatitikimas.

Antruoju klausimu buvo siekiama išsiaiškinti, ar šriftas yra suvokiamas tik kaip utilitarus objektas, kuriuo atspaudžiami tekstai, ar gali turėti gilesnių simbolinių

26 STURKEN, Marita; CARTWRIGHT, Lisa. *Practices of looking*. Oxford University Press, 2005, p. 48.

27 Ten pat.

28 ŠVEDAITĖ, Birutė. Sėkmingos socialinės pedagoginės veiklos veiksniai: empirinės išvados. *Acta Pedagogica Vilnensia* [interaktyvus], t. 14,

2005 [žiūrėta 2012 m. balandžio 2 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.leidykla.vu.lt/fileadmin/Acta_Paedagogica_Vilnensia/14/133-144.pdf>.

29 Ten pat.

30 ZOVIEŅĖ, Danutė. Vizualumas knygos mene. *Dailė*, 2007, nr. 1, p. 12.

reikšmių ir būti naudojamas kaip kodas. Visi aštuoniolika respondentų sutiko, jog šriftas gali turėti simbolinę reikšmę, taip patvirtindami teorinėje dalyje aptartą semiotikos ir medijų teorijų požiūrį į šriftą. Du respondentai pažymėjo, kad simbolines reikšmes turi visi knygos elementai: <...> *išdėstymas lape, antraščių ir teksto skilties santykis, kokio stiliaus šriftas toje skiltyje naudojamas, net ir pagina – visa tai yra labai svarbu ir gali būti naudojama simboline prasme* (I. Daukšaitė-Guobienė). Vida Kuraitė savo atsakymuose nurodė dažniausiai pasitaikančius simbolinius šrifto naudojimo atvejus – tai nuoroda į epochą, knygos žanrą, lengvumą, sunkumą, dramatiškumą. Trylika respondentų mano, jog šrifto simbolizmas atsiskleidžia tik santykyje su kitais tipografiniais elementais ir leidinio turiniu. Toks požiūris siejasi ir su dviejų respondentų teiginiu, jog simbolinės reikšmės yra sukuriamos visuomenėje. Šie atsakymai praktiškai patvirtina teorinėje darbo dalyje aptartą M. Sturken teiginį, jog vizualinių elementų įtaka skaitytojui priklauso nuo konteksto, kuriame jie peržiūrimi, bei subjektyvaus vertinimo kriterijų, suformuotų kultūroje dominuojančių kodų.

Trečiasis klausimas skirtas patvirtinti arba paneigti šrifto retorikos teoriją. Respondentų buvo klausama, ar šrifto stilius, dydis, kompozicija ir spalva gali perteikti tekste esantį pranešimą, sukurti norimas asociacijas. Visi, išskyrus vieną respondentą, sutiko su teiginiu, jog šriftas turi retorinių savybių. R. Oranto teigimu, *kiekvienas raidės piešinys turi rūstesnę ar poetiškesnę formą*. Trys iš sutikusių respondentų pabrėžė, jog toks šrifto panaudojimas ne tik galimas, bet ir būtinas. I. Daukšaitės-Guobienės nuomone, šiuolaikinėje literatūroje suaugusiesiems nelikus iliustracijų, šriftas perėmė užduotį *sukurti knygos nuotaiką ir įvesti skaitytoją į tam tikrą knygos supratimo lauką*. Šiam teiginiui pritarė daugiau nei pusė respondentų nurodę, jog šrifto panaudojimas turi pabrėžti teksto mintį: *Tipografo tikslas ir yra taip vizualizuoti tekstą, taip jį perteikti, kad autoriaus, rašiusio tą tekstą, mintis būtų išryškinta visomis įmanomomis priemonėmis* (K. Vasiliūnas). Milda Kairaitienė, nesutikusi su teiginiu, nurodo: *Nemanau, kad šriftas ar jo spalva knygoje gali perteikti literatūrinę asociaciją ar kokį pranešimą. Tai labiau taikoma plakate ar kituose leidiniuose <...>*. Respondentės teigimu, svarbiausia knygos dailininko užduotis – užtikrinti, kad *meninė forma atitiktų turinį ir kad asmeninis dalininko stilius neužgožtų temos*. Kitų respondentų atsakymuose taip pat buvo iškilusi mintis, jog kituose leidiniuose (pvz., skrajutėse, bukletuose, plakatuose) šrifto panaudojimo galimybės yra platesnės ir ne taip varžomos taisyklių, tačiau kūrybiškai naudoti šriftą galima ir knygoje.

Aptartus respondentų teiginius ir pareikštą poziciją praktiškai galima iliustruoti jų pateiktais pavyzdžiais atsakant į klausimą apie asmeninę tokių šrifto naudojimo metodų patirtį. Čia aptariamieji atvejai, geriausiai iliustruojantys retorinių šrifto

galimybių naudojimą Lietuvos knygos dailininkų darbuose. Pirmasis pavyzdys – Ilonos Kukenytės kurtas Justino Marcinkevičiaus knygos *Carmina minora* („Tyto alba“, 2000) apipavidalinimas – dailininkė sukūrė individualų šriftą pagal autoriaus rašyseną, tokiu būdu pabrėždama jo poezijos asmeniškumą. R. Orantas pateikia Valdo Papievio knygos *Eiti* (Lietuvos rašytojų sąjungos leidykla, 2010) apipavidalinimo pavyzdį – teksto minčiai pabrėžti dailininkas teksto bloką surinko vėliavėle, tokiu būdu suponuodamas judėjimą, perėjimą. Sigutės Chlebinskaitės kurtas Romualdo Rastausko knygos *Metimas* („Apostrofa“, 2006) apipavidalinimas perteikia avangardinės poeto kūrybos pobūdį – tekstas surinktas pasukus vertikaliai, kompozicija dinamiška. T. Mrzausko pavyzdys apie kurtą Virginios Woolf knygos *Į švyturį* („Vaga“, 2011) apipavidalinimą praktiškai iliustruoja, kaip šriftas panaudojamas tarsi nuoroda į kūrybos laikotarpį: *Pats kūrinys yra modernistinis – formos paieškos, sąmonės srautas, kas to laikmečio literatūrai buvo didelis ieškojimas. Todėl mano mintis buvo surasti ir šriftą, atitinkantį laikmetį ir kūrinio istoriją. Antraštėms pasirinkau Eric Gill šriftus Joanna ir Gill Sans, nes jie sukurti būtent tame laikmetyje, o be viso to, jų kūrėjas E. Gill bendravo ir su pačia Woolf*. Gyčio Skudžinsko autorinė knyga *Tyla/Silence* (VšĮ „Kultūros meniu“, 2011) perteikia ne tik kūrybišką minties atspindėjimą, bet ir spalvų panaudojimą. Teksto dizainas kurtas atkartojant knygoje pateikiamų fotografijų dualizumą, o šviesi šrifto spalva ir baltos puslapių erdvės suponuoja tylumą, ramybę, susitelkimą.

Ketvirtuoju klausimu buvo siekiama išsiaiškinti, ar šrifto aktyvumas (simbolinių ir retorinių savybių panaudojimas, išskirtinis dizainas) gali būti praktiškai pritaikomas knygų apipavidalinimui nerizikuojant prarasti turinį. Rezultatai rodo, jog vienodos nuomonės šiuo klausimu nėra. Daugiausia respondentų teigė, jog aktyvus šriftas, jeigu gerai parinktas, padeda skaitytojui geriau suprasti leidinį, sustiprina jo turinį, gali suteikti papildomos informacijos: *Šriftas gali būti ir labai aktyvus, išraiškingas savo dydžiu, spalva ar stiliumi, beveik pretenduojantis į iliustraciją, ir ne taip krentantis į akis. Abiem atvejais, jeigu šriftas parinktas teisingai, nesvarbu, kiek jis aktyvus bendroje vizualinėje masėje, jis tik padės skaitytojui geriau perprasti leidinį* (Kotryna Zilinskienė ir Miglė Vasiliauskaitė). Tačiau beveik visi pabrėžė ir skaitymo patogumo svarbą – jeigu knygos esmė yra tekstas, tai šriftas neturėtų jo užgožti, jis turėtų būti neutralus ir nesunkinantis skaitymo proceso. Keturi respondentai nurodė, kad šrifto aktyvumas gali ir padėti, ir pakenkti knygos komunikacijai su skaitytoju – viskas priklauso nuo konkrečių pavyzdžių ir jiems panaudotos kūrybinės idėjos. Lina Dūdaitė pažymi, jog kartais šrifto aktyvumas ir netgi nepatogumas gali būti pasitelkiamas sąmoningai, siekiant paveikti skaitytojo emocinę būseną, patraukti jo dėmesį, išlikti atmintyje. Trijų respondentų nuomone, šrifto aktyvumas labiau trukdo, nei padeda knygos komunikacijai – jų teigimu, skaitytojas

neturėtų užfiksuoti šrifto buvimo *kažkokiu*, nes dažnu atveju tai rodo, jog šrifto parinkimas ar išdėstymas yra neharmoningas ir nepatogus. Dviejų respondentų teigimu, šrifto aktyvumas priklauso nuo madų ir įpročių, pavyzdžiui: <...> *nacis-tinėje Vokietijoje įprastas šriftas buvo fraktūra, tai jis, nors ir keverziškas, vokiečiams buvo įskaitomas, nes jie buvo prie jo pripratę – matydavo visur: laikraščiuose, knygo-se, kelio ženkluose. Tai jeigu mes esam pratę prie kažkokios šrifto formos, tai jis mums nebus pernelyg aktyvus ir netrukdyt skaitymui* (Andrius Surgailis). Vis dėlto toks požiūris yra laikomas kontroversišku ir kol kas neturi teorinio pagrindimo.

Pentkasis klausimas skirtas apibendrintai nusakyti visų vizualinių knygos elementų daromą įtaką jos vartotojui. Atsakymuose išsiskyrė vienas ryškus požiūris – dešimt respondentų pažymi, jog svarbiausia vizualinių knygos elementų naudojimo paskirtis yra tenkinti komercinius leidyklų tikslus, t. y. knyga suvokiama kaip prekė, o vizualiniai jos elementai atlieka reklaminę funkciją ir daro įtaką vartotojo apsisprendimui pirkti. R. Oranto teigimu, *vizualumas yra būtinas prekės atributas*, lemiantis tam tikrą santykį su jos vartotoju. Respondentai pabrėžė, kad estetiškai patraukli, įdomi knyga labiau traukia vartotojų dėmesį, nepaisant jos turinio kokybės, suteikia knygos turėtojui estetinį pasitenkinimą, todėl leidyklos knygos išvaizdą pasitelkia kaip vieną iš pardavimą didinančių veiksnių. Trijų respondentų manymu, knygos apipavidalinimas nėra vien pardavimo skatinimo priemonė – jis gali lavinti skaitytojo skonį ir knygos, kaip meno objekto, suvokimą. Du respondentai papildo, jog kūrybiškas vizualinių elementų naudojimas praplečia ne tik tradicinę knygos sampratą, bet ir skaitytojo fantaziją, sukelia daugiau asociacijų, lemia daugiau prasmės išgyvenimo galimybių. Dar trys respondentai nurodė, jog vizualinių elementų įtaka priklauso nuo paties vartotojo – skaitytojas pats pasirenka, kuriems dalykams jis teiks reikšmę – estetinei, vizualinei pusei ar turiniui (T. Mrazauskas).

Šeštoju klausimu respondentai buvo prašomi įvertinti šiuo metu Lietuvoje vyraujančią tipografinę knygos kultūrą. Tik trys respondentai nurodė, kad Lietuvoje vyraujanti tipografinė knygos kultūra yra aukšta, o leidybinę produkciją galima lyginti su kitose Europos šalyse kuriamais leidiniais. Jokūbas Jacovskis, pastaruoju metu dažnai teisėjaujantis gražiausios Baltijos šalių knygos rinkimuose, teigia, jog Lietuvoje išleidžiama palyginti daug aukštos poligrafinės kokybės leidinių, nors leidyba nelaikoma prioritetine sritimi. Septyni respondentai sutiko, kad tipografinės knygos kultūros Lietuvoje nuo seno paisoma, tačiau toji kultūra vis dar kūrimesi stadijos. Daugelyje atsakymų pabrėžiamas Lietuvos knygos dailininkams būdingas konservatyvumas, baimė eksperimentuoti, rinktis naujoviškus dizaino sprendimus. Dažniau sekama klasikiniais, patikrintais sprendimais, o tai gali būti grindžiama tradicijų nebuvimu: <...> *palyginus su kitomis šalimis, kokiais estais ar vokiečiais, tai viskas priešingai – pas juos yra tęstinumas, tradicijos... Mūsų knyga buvo labai*

*konservatyvi dėl tragiškos spaudos ir mažo tipografinio pasirinkimo, tai menininkai su keliais šriftais darė stebuklus. <...> Tai priklauso ir nuo leidyklų, nes dauguma jų taip pat laikosi konservatyvių tradicijų ir neįsileidžia naujų vėjų (Rimvydas Kepežinskas). Minėtas leidyklų vaidmuo ryškiai pabrėžiamas aštuonių respondentų atsakymuose. Jų teigimu, komercinis leidyklų požiūris į knygą menkina tipografinę ir meninę knygos kultūrą. I. Daukšaitė-Guobienė mano, kad *dominuoja komercinė literatūra, taigi, ir komercinis apipavidalinimas*, o beveik visi respondentai pastebėjo knygų leidyboje vyraujančią greitesnio, pigesnio ir pelningesnio rezultato siekimą. Dar šešių respondentų nuomone, universalios tipografinės kultūros Lietuvoje nėra, išsiskiria pavieniai atvejai, kurie labiausiai priklauso nuo individualios knygos dailininko kūrybos ir leidyklos politikos šiais klausimais.*

Paskutiniu klausimu siekta išsiaiškinti analizuojamos temos aktualumą Lietuvoje. Atsakymuose į šį klausimą pastebimas didelis nuomonių pasiskirstymas. Teiginį, kad bendrąja prasme tokie tyrinėjimai svarbūs, tačiau Lietuvoje nebūtų jų paklausos, patvirtino keturi respondentai. Pagrindinė priežastis – knygos gamyba ir knygos menu domisi per mažai žmonių, todėl tokia literatūra būtų nepaklausia. Dar trijų respondentų atsakymuose atsispindėjo teiginys, jog literatūros kitomis kalbomis yra pakankamai, o Lietuvoje išleistos kelios su tipografika susijusios knygos patenkina rinkos paklausą. Trijų respondentų teigimu, praktinis darbas su knyga yra svarbesnis už teorinių darbų, straipsnių rašymą. K. Vasiliūno nuomone, geriausias būdas kelti knygos kultūrą ir ugdyti skaitytojų supratimą – tai leisti aukštos poligrafinės ir meninės kokybės leidinius. Vis dėlto daugiausia respondentų savo atsakymuose pabrėžė, jog tyrinėti knygą tipografiniu ir vizualiniu požiūriu Lietuvoje yra labai svarbu ir tokių darbų itin pasigendama. R. Orantas savo atsakymą pagrindžia taip: *<...> sava patirtis, savos tautos tradicijų žinojimas yra labai svarbus. Žinodamas, kas buvo prieš mane, ir gaudamas papildomą informaciją iš kitų tautų, aš galiu kurti inovacijas, naujus santykius, savitą stilių*. Respondentai pabrėžė ne tik tyrimų svarbą, bet ir edukacijos šrifto klausimu aktualumą – žinios apie šriftą turėtų būti pradedamos teikti jau mokykloje – ugdant žmonių išprusimą kiltų knygos meninė kultūra, knygos kūrėjams tektų daugiau kūrybinės laisvės ir galimybių eksperimentuoti, išsamūs tyrimai šia tema galėtų būti panaudoti kuriant edukacinę medžiagą būsimiems dizaineriams (K. Zilinskienė ir M. Vasiliauskaitė).

Išvados

Atsižvelgiant į pastaraisiais XX–XXI amžiaus dešimtmečiais išryškėjusią vizualinio mąstymo tendenciją, skaitytojo telkimąsi į tekstą lemia jau ne lingvistinės priemonės, bet tipografinė leidinio visuma. Dėl dualistinės – tekstinės

ir vaizdinės prigimties tipografika kartu su kitais vizualinės grafikos elementais gali sukurti savitą diskursą, nustatyti individualų „kalbėjimo“ toną, manipuluoti retorinėmis priemonėmis. Šiuo požiūriu tipografika analizuojama dar nuo XX amžiaus pradžios, kai išpopuliarėjo semiotikos ir medijų teorijos. Tokiu būdu buvo suformuota ir šrifto retorikos teorija, kuri yra esminė vizualinės komunikacijos per tipografiką sampratoje.

Išnagrinėjus šrifto retorikos teorijos teiginius prieita prie išvados, kad šriftas gali būti suvokiamas kaip signifikantas (semiotikoje) arba medija (medijų teorijoje). Šriftas materialiai užfiksuoja žodinės formos idėjas, istorijas, žinias, tačiau jis negali egzistuoti atskirai nuo objektų, kuriuos fiksuoja, todėl tarp šrifto ir teksto atsiranda glaudus ryšys, galintis turėti simbolinių konotacijų. Šriftas perteikia ne tik nuorodą į epochą, bet gali turėti savitą charakterį – personą, kuris įgyja retoriinių savybių (gali „skambėti“ švelniai, šiurkščiai, oficialiai, draugiškai ir t. t.). Tačiau esminis šrifto retorikai yra kontekstas: skaitytojas / žiūrovas, jo kultūrinis ir socialinis fonas bei lūkesčiai; kitų tipografinių elementų naudojimas ir sąveika su šriftu; teksto žanras ir autorius; vieta ir laikas, kai šriftas skaitomas / matomas.

Atlikus respondentų apklausos tyrimą paaiškėjo, kad Lietuvoje dirbančių knygų dailininkų kūrinuose taip pat galima pastebėti šrifto simbolikos ir retorikos panaudojimo pavyzdžių. Dažniausiai pasitelkiami tipografiniai elementai – šrifto stilius, dydis, kompozicija lape bei spalva. Naudojant tokius metodus daugiausia dėmesio kreipiami į atitiktą literatūros žanrui, autoriaus asmenybei ir idėjoms, knygos paskirčiai bei skaitomumo patogumą. Vis dėlto pripažįstama, jog tipografinė knygos kultūra Lietuvoje dar nėra susiformavusi ir tai lemia gilesnių tradicijų nebuvimas, šiuolaikinių kultūrų atvirumas ir sampyna. Svarbiu veiksniu laikoma ir tai, kad nėra teorinių veikalų lietuvių kalba – teorijos lietuvių kalba kūrimas leistų rengti edukacinę medžiagą ne tik knygos meno studentams, bet ir dėstyti šrifto pagrindus vidurinėse mokyklose. Apklaustieji knygos dailininkai pateikė rekomendacijų leidybinės produkcijos gamintojams – daugiau dėmesio kreipti į leidinio poligrafinį ir meninį apipavidalinimą, mažiau pataikauti rinkos poreikiams, o kokybiška produkcija ugdyti skaitytojų skonį.

Apibendrinant reikia pabrėžti, kad teiginys, jog šiuolaikinė kultūra yra dominuojama vaizdų (reklamų, televizijos, kino, interneto ir t. t.), nėra visiškai teisingas, nes kiekvieno vaizdo ištakos yra tekstas, t. y. raidžių kultūra. Dėl šios priežasties rašto ir šriftų istorija yra svarbi tyrinėjimų sritis kiekvienai šaliai, siekiant pažinti ar suformuoti savitą kultūrinį tapatumą. Todėl knygos menas turėtų tapti viena iš kultūros sričių, kuriai Lietuvoje būtų teikiamas prioritetas reikšmingumas, nes, estų kaligrafo Villu Toots žodžiais, *be gražaus šrifto negali būti gražios knygos, o be gražios knygos nėra aukštos kultūros*³¹.

Literatūra

1. BLACKWELL, Lewis. *Schrift als Experiment – Typographie im 20. Jahrhundert*. Basel: Birkhäuser, 2004. 215 p.
2. BRINGHURST, Robert. *The Elements of Typographic Style* [interaktyvus]. Prieiga per internetą: <<http://www.benjaminkoh.com/images/Final%20Content.pdf>>.
3. BRUMBERGER, Eva. The Rhetoric of Typography: Effects on reading time, reading comprehension, and perceptions of ethos. *Technical Communication*, 2004, vol. 51, no. 1, February, p. 13–24.
4. BRUMBERGER, Eva. The Rhetoric of Typography: The Persona of Typeface and Text. *Technical Communication*, 2003 May, vol. 50, no. 2, p. 206–223.
5. BUDREVIČIUS, Algirdas. *Semiotikos įvadas* [virtuali studijų priemonė]. Prieiga per internetą: <<http://www.kf.vu.lt/~albud/semiot/pask/turyns.htm>>.
6. GARFIELD, Simon. *Just My Type: A Book about Fonts*. London: Profile Books, 2010. 352 p.
7. GRUENDLER, Shelley. It's not how we teach typography; it's how we learn typography. Iš *Communication Arts* [interaktyvus]. Prieiga per internetą: <<http://www.commart.com/Columns.aspx?pub=3966&pageid=1334>>.
8. GUDONIENĖ, Vilija. *Įvadas į masinės komunikacijos teorijas*. Vilnius, 1998. 56 p.
9. van LEEUWEN, Theo. *Towards a semiotics of typography* [interaktyvus]. Prieiga per internetą: <[http://faculty.washington.edu/thurlow/com210b/readings/vanleeuwen\(2006\).pdf](http://faculty.washington.edu/thurlow/com210b/readings/vanleeuwen(2006).pdf)>.
10. LUBIENĖ, Larisa. *Vizualinės informacijos grafika*: [mokomoji knyga]. Vilnius, 2002. 96 p.
11. MCCOY, Katherine. *American Graphic Design Expression: the Evolution of American Typography* [interaktyvus]. Prieiga per internetą: <<http://www.highgrounddesign.com/mccoy/km2.htm>>.
12. OWL: *Purdue Online Writing Lab* [interaktyvus]. Prieiga per internetą: <<http://owl.english.purdue.edu/owl/resource/691/01/>>.
13. REIMERIS, Ramojus. Vizualumo studijos Lietuvoje. *Filosofija. Sociologija*, 2011, t. 22, nr. 1, p. 3–11.
14. STANISCIA, Simona. *Postmodernism: The New Typography for the New Reader* [interaktyvus]. Prieiga per internetą: <<http://www.simonastaniscia.eu/downloads/Design%20Discourse.pdf>>.
15. STÖCKL, Hartmut. *Typography: body and dress of a text – a signing mode between language and image* [interaktyvus]. Prieiga per internetą: <http://stoekli.sbg.ac.at/Home/Publikationen_files/Stoekli_Typography_2005.pdf>.
16. STURKEN, Marita; CARTWRIGHT, Lisa. *Practices of looking*. Oxford University Press, 2005. 385 p.
17. ŠVEDAITĖ, Birutė. Sėkmingos socialinės pedagoginės veiklos veiksniai: empirinės išvados. *Acta Pedagogica Vilnensia* [interaktyvus], 2005, t. 14 [žiūrėta 2012 m. balandžio 2 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.leidykla.vu.lt/fileadmin/Acta_Paedagogica_Vilnensia/14/133-144.pdf>.
18. VLADIMIROVAS, L. *Knygos istorija: Senovė. Viduramžiai. Renesansas, XVI–XVII amžius*. Vilnius, 1979, p. 9–34, 81–87.
19. WILLBERG, Hans Peter; FORSSMAN, Friedrich. *Pagalba tipografams*. Vilnius, 2006. 104 p.
20. ZOVIENĖ, Danutė. Formalieji knygos meno principai ir jų kaita. Iš *Formų difuzijos XX a. daileje*. Vilnius, 2006, p. 186–195.
21. ZOVIENĖ, Danutė. Šiuolaikinės tiražinės knygos meninis apipavidalinimas: raida ir stilistika. *Knygotyra*, 2007, t. 49, p. 168–187.
22. ZOVIENĖ, Danutė. Vizualumas knygos mene. *Dailė*, 2007, nr. 1, p. 10–15.

Justina Bakutytė

Summary

The rapid technological growth of the past few decades has introduced dramatic changes in publishing technology, accompanied by an ever-increasing access to that technology. Publishing has largely moved from the print shop to desktop. With more people having to deal with publication design (whether in MS Word or in professional design software), general knowledge of typography has become more significant in their work. In addition, typography has been facing new challenges as “page media” (books, magazines etc.) are becoming increasingly visual in order to serve the needs of a visually mediated society. These changes caused the emergence of new approaches dealing with typography as a visual medium.

The object of this article is the impact of typography on the visual communication of a book. The theoretical part describes the history of typography and visual communication theories. The analysis showed that typographic elements can carry symbolic meanings and for this reason, typography has to be analyzed in the fields of semiotics and medium theory. Conducted qualitative research was designated to determine the predominant viewpoint amongst Lithuanian book designers on the topic.

The following conclusions have been drawn: typography has a strong pictorial potential, various typefaces (or fonts) carry different connotations and have diverse influences on the readability, assimilation, interpretation, and impact of the words and concepts they represent. Thus, if a document is a perceptual object, readers actively make judgments as they look at the page. Their perceptions of that page and its typeface(s) are determined in part by their prior experiences and by the associations connected with those experiences. It follows logically that readers could ascribe persona to both the typeface and the text itself based on these perceptions and associations. Additionally, it has been observed that Lithuanian book designers use such techniques in their works. Nevertheless, Lithuania has not developed a strong typographic culture yet due to the lack of typographic traditions and theoretical works regarding this field.

This article can be useful for publishing houses and their book designers, students and teachers of book graphics, book design and typography. Based on the theoretical and empirical material collected in this work, further researches can be made analyzing typographic culture in Lithuania.

Įteikta 2013 m. vasario mėn.